



magazin

für Düsseldorf und den Kreis Mettmann

www.duesseldorf.ihk.de 09.2019

Budenzauber

Kioske im IHK-Bezirk Düsseldorf



Weiterbildung
Die Digitalisierung
meistern

Im Fokus
Aeolus-Bläserwettbewerb
in Düsseldorf

Start-ups
Tierisch gute
Ideen



Alle Angebote unter
www.bzi-rs.de

Berufsbildungszentrum
der Industrie
Kompetenzzentrum Technik und
Wirtschaft Remscheid

Sind Ihre Facharbeiter auf die Zukunft vorbereitet?

Mit „Optionalen Zusatzqualifikationen“ für die Zukunft ausbilden

Die industrielle Welt unterliegt einem immer schnelleren Wandel. Digital vernetzte Produktionstechniken werden die industrielle Fertigung maßgeblich verändern.

Die gewerblich-technischen Berufsbilder sind veraltet. „Optionale Zusatzqualifikationen“ ergänzen die betriebliche Ausbildung um das Know-how der Zukunft.

Optionale Zusatzqualifikationen

Metallberufe

- Systemintegration
- Prozessintegration
- IT-gestützte Anlagenänderung
- Additive Fertigungsverfahren (auch Mechatroniker)

Optionale Zusatzqualifikationen

Elektroberufe

- Digitale Vernetzung
- Programmierung
- IT-Sicherheit

Die „Optionalen Zusatzqualifikationen“ werden ausbildungsintegriert vermittelt und bestehen aus Lehrgängen von jeweils acht Wochen, die vom zweiten bis zum vierten Ausbildungsjahr durchgeführt werden.

TIPP: Auch für Ihre Facharbeiter bieten wir die Inhalte der „Optionalen Zusatzqualifikationen“ in unterschiedlichen Weiterbildungsformaten an.

Unsere Lehrgänge und weitere Informationen finden Sie unter www.bzi-rs.de oder rufen Sie uns an, Tel. 0 21 91 / 93 87 - 100.

Zukunft kann man lernen!

Berufsbildungszentrum der Remscheider Metall- und Elektroindustrie GmbH (BZI)

Wüstenhagener Str. 18 - 26
42855 Remscheid

Tel.: 0 21 91 / 93 87 - 100
Fax: 0 21 91 / 93 87 - 137

Internet: www.bzi-rs.de
E-Mail: info@bzi-rs.de

Einsatz mit Herz für das „Veehdel“

Eine gemischte Tüte Süßigkeiten für 50 Cent? Ja, die kann man immer noch kaufen, am Büdchen „um die Ecke“. Sicherlich sind es nicht mehr so viele wie vor ein paar Jahrzehnten, aber es gibt sie noch. Dort ist zwar nicht alles, aber das Wichtigste zu kaufen. Und damit sind nicht Alkohol und Zigaretten, sondern Güter des täglichen Bedarfs gemeint – von der Zahnbürste über Zucker bis zu Chips. Eben all die Dinge, die schnell einmal „ausgehen“ können, aber dringend gebraucht werden. Welche das im Einzelnen sind, unterscheidet sich von Büdchen zu Büdchen und hängt ganz davon ab, wer die Nachbarn sind. Denn die sind die wichtigsten Kunden. Für sie ist das Büdchen oft mehr als eine praktische und schnelle Einkaufsalternative. Es ist vielmehr ein wichtiger Anker für soziale Kontakte, für manche gar der „Kitt des Viertels“. Dazu steuern auch die Büdchenbetreiber und wenigen Büdchenbetreiberinnen ihren Teil bei. Meist sind es echte „Typen“ mit Herz, Humor und einem offenen Ohr für die Geschichten, Sorgen und Nöte ihrer Kunden. Ungeachtet freigegebener Ladenöffnungszeiten und der Konkurrenz durch Tankstellen sichert diese extrem starke lokale, soziale Verankerung den Büdchen das Überleben.

Jedes Büdchen richtet sich dabei auf sein „Veehdel“ ein und wird dadurch individuell wie ein Fingerabdruck. Das hat allerdings auch Schattenseiten. So fehlt den Büdchen eine Lobby. Einen Verband der Büdchenbetreiber? Gibt es nicht! Büdchenkette? Nahezu Fehlanzeige. Selbst die amtliche Statistik spendiert den Büdchen keinen eigenen Kode als Wirtschaftszweig. So werden die Betreiber zu Einzelkämpfern.

Da ist es gut, dass es Bestrebungen gibt, die die Büdchenkultur ein wenig mehr in den gesellschaftlichen Mittelpunkt rücken möchten. Der Düsseldorfer Büdchentag, der Ende August gerade über die Bühne gegangen ist, ist ein gutes Beispiel dafür. Hunderte Menschen kamen, um das Büdchen zu feiern. Der Initiator des Tages, Christian Düchtel, blickt übrigens durchaus optimistisch auf die Entwicklung der Büdchen: Es gebe einen regelrechten Büdchen-Kult, gerade bei jungen Menschen. Es gibt also Hoffnung, dass es für die gemischte Tüte Süßigkeiten für 50 Cent eine Zukunft gibt.

Gregor Berghausen
Hauptgeschäftsführer der IHK Düsseldorf

 gregor.berghausen@duesseldorf.ihk.de

 www.facebook.com/gregor.berghausen



FOTO: EGGERT GROUP



16

Mehr als Einkauf

Die Büdchen an der Ecke sind mehr als praktische Orte für den schnellen Einkauf. Sie vermitteln ein Lebensgefühl und sind für viele der „soziale Kitt“ des Viertels. Die Titelgeschichte erzählt, warum das so ist, wieso Aktionen wie der „Düsseldorfer Büdchentag“ wichtig sind und was das für Menschen sind, die die Institution Büdchen Tag für Tag am Laufen halten.



56

Im Fokus

Im September startet in Düsseldorf der Aeolus-Bläserwettbewerb. Er ist nicht nur eine Musiker-Konkurrenz von Weltruf, sondern ein Spiegelbild der Wirtschaft in schönster Form.

50

Fachkräfte

Bei den IHK-Azubi-Challenges bei Helbako und der Werkfeuerwehr Henkel traten Teams aus Wirtschaft und Politik gegeneinander an.





58

Start-ups

Mit pfiffigen Ideen und viel technischem Know-how tun zwei junge Unternehmen aus Düsseldorf Hund, Katze, Pferd & Co. tierisch gut.

Unternehmen

- 04 Caravan Salon 2019
- 06 Intersnack Group mietet neue Flächen
- 06 Rayak Immobilien baut das Geschäft aus
- 07 Neue LTE-Station von Vodafone
- 08 Restaurant-Wochen „Stadtmenü“
- 08 Preis für Weis Communications
- 08 HLB unter den Besten
- 09 Shortlist des Ernst-Schneider-Preises steht fest
- 09 Neue Azubis bei Electronicpartner
- 09 Tulip Inn lud Familien mit schwerkranken Kindern ein
- 10 Restaurant im Intercontinental wird umgestaltet
- 11 AMD Design Award verliehen
- 11 Digitalisierung bei Lindner
- 12 20.000 Besucher beim Henkel-Renntag
- 12 Konzept für Stadtquartier Maxfrei
- 13 Erfolgreicher Service von ZWD, Jobcenter und Rheinbahn
- 14 _Blaenk eröffnet
- 14 Coconet mietet über Aengevelt
- 15 Klüh Security ausgezeichnet
- 15 Menschen der Wirtschaft
- 15 Jubiläen

Titel

- 16 Budenzauber – Kioske im IHK-Bezirk Düsseldorf
- 20 Interview mit Christian Düchtel, Initiator des Düsseldorfer Büdchentags
- 23 Von Schampus bis Brausepulver
- 27 IHK-Service: Handel digital und analog
- 30 Zahlen, Daten, Fakten

Im Fokus

- 56 Der Aeolus-Bläserwettbewerb

Porträtiert

- 58 Start-ups mit neuen Ideen für Hund, Katze, Pferd
- 60 Ein Tag im Leben von Johannes Süß, Seniorchef von Wasserski Langenfeld

Rubriken

- 01 Editorial
- 32 Finanzen & Steuern
- 34 Handel
- 34 Impressum
- 35 Recht
- 37 Veranstaltungen
- 38 Weiterbildung
- 41 Verkehr
- 43 Kompakt
- 50 Fachkräfte
- 53 Start-ups
- 54 Kreativwirtschaft
- 63 Gastkommentar
- 64 Fragebogen: Elko Böhm, Trips Group



Besuchen Sie uns
<https://www.facebook.com/IHKDus/>
<https://www.facebook.com/Ausbildung.klarmachen/>



Folgen Sie uns auf
<https://twitter.com/ihkdus>



Mehr zu den Autoren der Texte dieser Ausgabe unter www.duesseldorf.ihk.de, (Nummer 3607188).



Beim Caravan Salon gibt es alles zu sehen, was Camperherzen höherschlagen lässt: vom Großmodell mit integrierter Garage ...

Vom Luxusmobil bis zum Retro-Bulli

Caravan Salon ist die weltweit führende Messe rund um die mobile Freizeit

Camping war in den 1950er Jahren für breite Bevölkerungsschichten das preiswerteste Mittel, die Welt zu bereisen. Berühmt sind die ersten Fahrten mit dem Zelt im Gepäck über den Brenner zur Sonne Italiens. Anfang der 1960er Jahre stieg der Wohlstand, Wohnwagen wurden en vogue und die Nachfrage so groß, dass der erste Caravan Salon 1962 an den Start ging.

Inzwischen ist er die größte internationale Bühne, der Turbo und das Trendbarometer der Caravaningwelt: Auch der 58. Caravan Salon, der noch bis zum 8. September dauert, behauptet sich in Folge als Nummer eins der seit Jahren rasant wachsenden Branche: Mit 641 Ausstellern und 2.100 präsentierten Freizeit-Fahrzeugen, darunter zahlreiche aus Nordrhein-Westfalen, von mehr als 130 verschiedenen Marken platzt die Messe in diesem Jahr wieder aus allen Nähten. Größter Treiber des seit Jahren anhaltenden Caravaning-Booms ist das Geschäft mit

den Reisemobilen – vom zwei Millionen Euro teuren Luxusliner im Lkw-Format mit eingebauter Garage für den Sportwagen bis zum kompakten Camper für 30.000 Euro.

Mobile Freizeit boomt

Längst Geschichte ist das Klischee vom spießigen deutschen Camper oder vom „Sparbrötchen“, das günstig Ferien machen will. Die Urlaubsform der mobilen Freizeit boomt bei allen Gesellschaftsschichten und Altersklassen. „Viele haben die Nase voll von überfüllten Stränden, von Liegestuhlreihen und vollen Flughäfen“, sagt Daniel Onggowinarso, Geschäftsführer des Caravaning Industrie Verbandes (CIVD). Und je mehr Menschen ein urbanes und digitales Leben führen – in Deutschland fast jeder Dritte –, desto stärker wird die Sehnsucht nach Natur, nach einem Wochenende im Freien, ein paar Nächten im Bus oder Zelt.

Die Zahlen des Bundesverbandes der Campingwirtschaft (BVCD) belegen es außerdem:

34,5 Millionen Übernachtungen verzeichneten deutsche Campingplätze im vergangenen Jahr, es war das fünfte Rekordjahr in Folge. Allein im Vergleich zu 2017 waren es 11,3 Prozent mehr. In den vergangenen zehn Jahren legte die Branche um satte 50 Prozent zu.

Eine Branche in Partystimmung: Seit Jahren stellen die Caravan-Bauer einen Absatzrekord nach dem anderen auf. Und daran wird sich auch so bald nichts ändern, sagen Experten. Bereits im ersten Halbjahr 2019 wuchs die Zahl der neuzugelassenen Freizeitfahrzeuge auf insgesamt 61.000 (ein Plus von 13,1 Prozent). Die Nachfrage bleibt ungebrochen. Dieselkrise, Fahrverbote, neue Zulassungsprozeduren: Die Probleme der Autobranche lassen die Caravan-Branche kalt.

Das Wohnmobil wird smart

Drei Trends bestimmen den Markt: kompakte Fahrzeuge (Boom der Campingbusse), Komfort und Konnektivität, also die Einbindung von



... über handliche Mini-Wohnwagen ...

digitalen Services in das Fahrzeug. Wie schon das Auto wird damit auch das Wohnmobil zum Smart Home. Und: Wenn beispielsweise die Abmessungen eines Campingbusses nicht allzu viel Raum bieten, wird auch hier zunehmend auf Komfort geachtet. Die Ausstattung ist hochwertig und das Design modern. Raffinierte Lichtkonzepte werten das Ambiente auf. Die kleinen Campingbusse und Kastenwagen sind nicht nur im Urlaub praktisch, sondern sogar im Alltag. Und sie sind bezahlbar. Dafür verzichten die Käufer in diesem Segment gerne auf teure Ausstattung wie ein Bad.

Beinahe jeder zweite Caravan (40 Prozent) ist inzwischen ein Camper oder Kastenwagen. Damit führt die Einstiegsklasse die Verkaufscharts an. „Die Kunden schätzen, dass sie sich noch leichter auf engen Straßen bewegen lassen und daher besser für Städtetrips und den Alltag geeignet sind“, sagt Messedirektor Stefan Koschke. Gleichzeitig steige die Nachfrage nach Komfortoptionen, Ausstattungsextras und elektronischen Helfern. Inzwischen sind fast alle Geräte im Freizeitfahrzeug über ein zentrales Bedienpanel intuitiv steuerbar und Apps sorgen dafür, dass die Füllstände von Batterien, Wassertanks und Gasversorgung kontrolliert oder auch die Heizung angestellt werden können.

Das Rund-um-sorglos-Paket

Neben der Auswahl an Marken und Modellen gibt es bei keiner anderen Messe – so Koschke – ein größeres Angebot an Vorzelten, Mobil-



... bis zum mobilen Heim aus den 1950er Jahren.

heimen, Campingplätzen, Stellplätzen und Reisedestinationen, an Zubehör, technischem Equipment und Ausbauteilen. In Düsseldorf ist alles da – vom Grill bis zum Hub-Bett, der platzsparenden Schwenkwand in der Nasszelle bis zum Reisemobil mit ausfahrbarem Erker, der ein komfortables, mehr als zwei Meter langes Doppelbett möglich macht. Marktführer wie Emka Beschlagteile aus Velbert sorgen für die Sicherheit der Fahrzeuge. Der Innovationstreiber hat beispielsweise einen neuen, elektronischen und unsichtbaren Druckverschluss für Reisemobile entwickelt. Das Unternehmen TBB Power aus Düsseldorf präsentiert komplette Stromlösungen für Wohnwagen und Reisemobile und „Seabridge“ kümmert sich darum, dass der Urlauber sein rollendes Eigenheim auch nach Australien oder Neuseeland mitnehmen kann, und organisiert den Transport.

In Düsseldorf ist vom neuesten Hightech-Luxus-Reisemobil bis zum Retro-Bulli alles vertreten. Und weil viele Caravaner auch im Urlaub sportlich unterwegs sind, feiert die Show „Caravanning Sports“ diesmal Premiere. „Wir zeigen erstmals, wie perfekt Freizeitfahrzeuge mit Wassersport, Radfahren oder Wintersport zusammen passen“, sagt Caravan-Salon-Direktor Stefan Koschke. Die meisten Reisemobile oder Caravans bieten zwar ausreichend Platz, um Sportausrüstungen oder Fahrräder geeignet unterzubringen. Viele Hersteller haben aber darüber hinaus spezielle Freizeitfahrzeuge im Angebot, die optimal für

Sportbegeisterte nutzbar oder explizit für Aktivurlauber konzipiert worden sind.

Mit der Rekordzahl von 250.000 Besuchern ist der Caravan Salon in seinem Segment die besucherstärkste Messe überhaupt. „Das unterstreicht einerseits die Bedeutung als positiver Impulsgeber der Branche“, betont Koschke, „andererseits ist es auch für Düsseldorf und die Region erfreulich. Denn die Caravan-Gäste aus dem Ausland sehen ihren Ausflug an den Rhein auch als Urlaub und sind konsumfreudig.“

Dagmar Haas-Pilwat

Immer Stand der Technik.

SOEFFING
Kälte Klima Lüftung

**Wer Wartung
nicht ehrt, nimmt
Technik den Wert.**



40227 Düsseldorf
Mindener Straße 12
Tel. 0211/77 09-0
www.soeffing.de

Abschluss für Airport City

Intersnack Group mietet neue Flächen

Mit der Vermietung an die Intersnack Group sichern sich die Joint-Venture Projektentwicklungspartner Bema und die ABG-Unternehmensgruppe den ersten Mieter für den nachhaltig geplanten Bürokomplex, der bis 2021 in der Düsseldorfer Airport City entstehen wird. Die Intersnack Group, die bereits seit 2008 dort neben internationalen Konzernen wie Porsche oder Siemens ansässig ist, wird eine



So soll der Gebäudekomplex des Smart Office aussehen.

neue Fläche von circa 3.000 Quadratmetern im vierten Obergeschoss beider Gebäudekomplexe des Smart Office beziehen. Das Maklerhaus Jones Lang LaSalle war für beide Parteien vermittelnd tätig. Der Vermieter wurde rechtlich von der Kanzlei Rotthege | Wassermann beraten, für den Mieter war die Kanzlei McDermott Will & Emery beratend tätig.

Die Bauarbeiten für das Smart Office – das auf dem letzten Business-Grundstück in der Airport City mit einer aktuell noch verfügbaren Büromietfläche von mehr als 11.200 Quadratmetern entsteht – werden bereits im dritten Quartal 2019 beginnen. Die Übergabe der neuen Büroräumlichkeiten an Intersnack ist für den Sommer 2021 geplant.

GRAFIK: BEMA Gruppe, ABG-Unternehmensgruppe

Auf Expansionskurs

Rayak Immobilien baut das Geschäft aus



Sie sind die Neuen im Team von Rayak Immobilien (von links): Christian Rayak, Jasmina Pototzki und Sven Reichelt.

Das Unternehmen Rayak Immobilien ist auf Expansionskurs. So wird das Tätigkeitsgebiet erweitert und das Team wurde bereits deutlich verstärkt: Drei neue Mitarbeiter, darunter eine Auszubildende, wurden im August eingestellt. So wird der Vertriebsprofi Sven Reichelt nach einer kurzen Einarbeitungszeit in der Benrather Zentrale eine neue Filiale in Hilden übernehmen. „Schon seit einiger Zeit erreichen uns wachsende Zahlen von Anfragen unserer Kunden, auch in Hilden, Haan und Erkrath Immobilien zu vermitteln. Als logische Konsequenz stand daher schon länger eine Expansion an“, so Inhaberin Angelina Rayak. Über einen weiteren Neuzugang freut sich Angelina Rayak ganz besonders: Ihr Sohn, Christian Rayak, hat im August ein Trainee-programm in ihrem Unternehmen begonnen. „Nachdem ich elf Jahre lang in der Gastro-

nomie tätig war, wünsche ich mir nun einen Tapetenwechsel. Die Immobilienbranche hat mich – neben der Gastronomie – aufgrund des hohen Kundenkontakts und der Vielfältigkeit bereits seit einiger Zeit interessiert“, so der 31-Jährige. Im Moment baut er durch ein Aufbaustudium als Diplom-Immobilienbetriebswirt an der Europäischen Immobilien Akademie (EIA) in Saarbrücken sein Know-how in Sachen Immobilien aus.

Dass zur Expansion auch die Fortführung ihrer Ausbildungsoffensive gehört, ist für Angelina Rayak selbstverständlich. Deshalb gehört, ebenfalls seit August, Jasmina Pototzki als neue Auszubildende zum Team. Sie ist übrigens bereits die fünfte Auszubildende im Unternehmen, seit Angelina Rayak 2010 begann, mit ihrem Team Immobilien in Düsseldorf-Benrath und Umgebung zu vermitteln.

FOTO: RAYAK IMMOBILIEN

Die Lücken schließen

Neue LTE-Station von Vodafone

Vodafone versorgt in seinem Mobilfunknetz weitere 5.000 Einwohner und Gäste in Düsseldorf mit der mobilen Breitbandtechnologie LTE. Dazu hat das Unternehmen eine LTE-Station in Angermund in Betrieb genommen – und damit gleichzeitig das weitere LTE-Ausbauprogramm für den Kreis Düsseldorf gestartet. Für 2019 und 2020 sind in und um Düsseldorf 33 weitere Bauvorhaben geplant. Dabei wird Vodafone komplett neue Mobilfunk-Stationen bauen, erstmals LTE-Technik an bestehenden Mobilfunk-Standorten installieren und zusätzliche Antennen an vorhandenen Standorten anbringen. Ziel ist es, auch beim mobilen Datennetz LTE eine möglichst flächendeckende Versorgung der Bevölkerung sicherzustellen.



FOTO: © VODAFONE

Creditreform

ICH BIN EIN REFORMER

Mit Creditreform an meiner Seite mache ich einfach bessere Geschäfte.
www.creditreform.de/duesseldorf



Düsseldorf isst Sofishticated

Restaurant-Wochen „Stadtmenü“ erstmals in Düsseldorf

Das Format „Stadtmenü“ der Macher der Berlin Food Week findet diesen Herbst erstmals auch in Düsseldorf statt. Das Event lädt eine Woche lang zu einer kulinarischen Entdeckungstour durch die Stadt ein. Die Lokale, die dabei sind, stellen vom 9. bis 15. September ihre Wochenkarten unter das gemeinsame Motto Sofishticated. Fisch, feine Weine und außergewöhnliche Kreationen prägen die eigens kreierten Menüs. Jedes Restaurant setzt das Motto mit seiner eigenen Handschrift um,

legt die Anzahl der Gänge selbst fest und entscheidet sich für eine Preiskategorie – 19, 49 oder 79 Euro. Dabei sind die Teilnehmer genauso vielfältig wie die Düsseldorfer Gastronomie-Landschaft. Es sind Berens am Kai, Brasserie Stadthaus, Estia, Karl's, La Turka, Phoenix Restaurant & Bar, Sassafras, Williams und Zweigleisig. Alle Teilnehmer und deren Menüs sind im Internet unter www.stadtmenue.com/duesseldorf zu finden.

FOTO: L'ETOILE PR

Ausgezeichnetes Magazin

Preis für Weis Communications

Die Design- und Werbeagentur Weis Communications, Düsseldorf, hat den Red Dot Award: Brands & Communication Design 2019 gewonnen. Unter knapp 8.700 Einreichungen wurden die am besten gestalteten Marken und Kommunikationsprojekte des Jahres gekürt. Ausgezeichnet wurde das Unternehmen für die

überzeugende Designqualität in der Darstellung der eigenen Agentur. Das W-Magazin gibt einen Einblick in zwölf Jahre Agenturgeschichte sowie Arbeitsweise und -haltung von Weis Communications.

„Wir sind sehr stolz auf diese hochkarätige Auszeichnung“, so die Geschäftsführerin Stefanie Weis.



Wir formen Ihre Ideen !

Vom Prototypen bis zur Kleinserie mit 3D-Druck max. 1 Meter im Quadrat

Dipl.-Ing. Dr. E. Vogelsang
GmbH & Co. KG
 KUNSTSTOFF- UND KORROSIONSSCHUTZWERK

www.vogelsang-3d.com

HLB unter den Besten

Internationales Beraternetzwerk behauptet dritten Platz

Die HLB Deutschland GmbH, ein Netzwerk unabhängiger Steuerberatungs- und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften mit Sitz in Düsseldorf, kann in der Lünendonk®-Liste auch 2018 den dritten Platz unter den Netzwerken behaupten. Mit einem Gesamtumsatz von 204 Millionen Euro (Vorjahr: 194 Millionen Euro) legte das Netzwerk deutlich zu. Auch die Zahl der Mitarbeiter ist gestiegen: 1.872 Mitarbeiter, davon 229 Kanzleipartner, waren 2018 bei 21 Mitgliedsgesellschaften beschäftigt, 100 Beschäftigte mehr als im Vorjahr. „Die positive Entwicklung der Umsatzzahlen und die erneute Platzierung unter den Top 3 haben wir

der hervorragenden Arbeit unserer Mitgliedskanzleien zu verdanken“, so Vorsitzender Magnus von Buchwaldt. Künftig wolle man gemeinsam die Bekanntheit der Marke HLB steigern und das Netzwerk als Ansprechpartner für den Mittelstand weiter voranbringen.

Die Lünendonk®-Liste wird im Rahmen einer jährlichen Studie über die führenden Steuerberatungs- und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften in Deutschland veröffentlicht. Das Ranking wird hauptsächlich auf Grundlage von Umsatzzahlen ermittelt. Gelistet werden dabei selbstständig organisierte Gesellschaften, Netzwerke und Allianzen sowie Spezialkanzleien.

Erste Auswahl getroffen

Shortlist des Ernst-Schneider-Preises steht fest

Die Shortlist des Journalistenpreises der deutschen Wirtschaft spiegelt auch in diesem Jahr die thematische Vielfalt, regionale Breite und Qualität der Wirtschaftsberichterstattung in Deutschland. Mit dabei sind verschiedene Beiträge des WDR: „Gegen den Strich – raus aus der Stadt“ von Udo Eling/Philine Eling/Dirk Bitzer (Kategorie Fernsehen) und „Spekulanten bevorzugt“ von Jochen

Taßler/Lutz Polanz (Kategorie Kurzbeitrag). In der Kategorie Hörfunk – Große Wirtschaftssendungen ist der WDR gleich mehrfach vertreten: „Stadt, Land, Bus – fünf Jahre Fernbusliberalisierung“ von Michael Bocker/Felix Schledde (Red. Frank Christian Starke), „Hallo Herr Kaiser – Was wird aus der Lebensversicherung?“ von Heiner Wember (Red. Frank Christian Starke), „Auf der Straße zu Hause – Wirtschaftsfaktor mobiles Leben“ von Matthias Hof (Red. Frank Christian Starke), „Auf Shoppingtour – Chinesen in Deutschland“ von Oliver Ramme (Red. Frank Christian Starke) und „Prost Neujahr! Was Prosecco kann“ von Clemens Hoffmann (Red. Regina Tanne). Die Wirtschaftswoche ist in der Kategorie Print mit den Beiträgen „Wende? Ende“ (Max Haerder und Angela Hendersdorf) und „Ist Heimat zu teuer?“ (Max

Haerder) zu finden, außerdem hat es Benedikt Beckerin in die Kategorie Nachwuchspreis geschafft.

Prominent besetzte Schlussjürs werden im Sommer über Nominierte und Gewinner in den neun Kategorien aus Fernsehen, Radio, Print und Internet entscheiden. Aus organisatorischen Gründen sind Beiträge der Kategorie Internet in diesem Jahr nicht in der Shortlist vertreten; sie werden aber, wie auch in den letzten Jahren, von einer eigenen Schlussjury bewertet werden. Die Preisverleihung wird in diesem Jahr zum 48. Mal stattfinden und von den sieben rheinischen IHKs ausgerichtet: Aachen, Bonn/Rhein-Sieg, Düsseldorf, Köln, Mittlerer Niederrhein, Bergische IHK Wuppertal-Solingen-Remscheid und Niederrheinische IHK Duisburg. Sie findet am 10. Oktober statt.

Fachkräfte von morgen

Neue Azubis bei **Electronicpartner**

Am 1. August begrüßte Electronicpartner-Vorstand Karl Trautmann gemeinsam mit Vertretern aus dem Bereich Personal sieben neue Auszubildende am Standort Düsseldorf. Ein weiterer startet am 1. September seine Ausbildung zum Fachlageristen am Lagerstandort Augsburg.

„Ich freue mich, dass es uns erneut gelungen ist, die Fachkräfte von morgen mit unserem Ausbildungsprogramm zu überzeugen“, so Karl Trautmann. Er weiß genau, dass der Ausbildungsmarkt hart umkämpft ist und Arbeit-

geber sich mehr denn je auf die Wünsche und Bedürfnisse ihrer Bewerber fokussieren müssen. „Wir bieten jungen Menschen einen Ausbildungsplatz, an dem sie nicht nur gefordert und gefördert werden, sondern sich ihren Stärken entsprechend einbringen können“, erklärt dazu Timo Stockem, Leiter des Personalbereichs. Während der Ausbildung durchlaufen die Karrierestarter unter anderem bis zu zehn Abteilungen, um sich selbst auszuprobieren und am Ende den passenden Schwerpunkt zu wählen.

Ein besonderes Barbecue

Tulip Inn lud Familien mit schwerkranken Kindern ein

Bereits zum siebten Mal lud das Event & Fair Hotel Tulip Inn Familien mit ihren schwerkranken Kindern zum Sommerfest auf die Stadionterrasse ein und unterstützt damit den Ambulanten Kinder- und Jugendhospizdienst Düsseldorf (AKHD) Düsseldorf. „Ein tolles Angebot, welches gut angenommen wird. Das Sommerbarbecue bietet ein wenig Zeit, um von dem sonst sehr stressigen Alltag abzuschalten“, sagt Angelika Lenker, Koordinatorin des AKHD Düsseldorf. Der Verein begleitet zurzeit

30 Familien, deren Kinder oder Jugendliche lebensverkürzt erkrankt sind.

„Der AKHD Düsseldorf leistet für diese Familien wichtige Arbeit. Deshalb unterstützen wir seine Arbeit seit Jahren als Mitglied im Deutschen Kinderhospizverein – am liebsten mit einem Event, wo alle für einen Augenblick die Sorgen vergessen. Ein Stückchen unbeschwerter Zeit vom Alltag“, so Nicola Stratmann, Geschäftsführende Gesellschafterin des Tulip Inn.

INDUSTRIEBAU

WAS BEDEUTET KREATIVITÄT?

www.buehrer-wehling.de

BÜHRER+WEHLING
Die Kraft einer starken Lösung



FOTO: MELANIE ZANNI

Sternekoch Björn Freitag und Britta Kutz, General Manager Intercontinental Düsseldorf, freuen sich auf die Zusammenarbeit.

Eine neue Identität

Restaurant im Intercontinental wird umgestaltet

Das Intercontinental Düsseldorf präsentiert sich ab Ende 2019 mit einem vollkommen neuen Gastronomiekonzept. Hierfür holt sich das Luxushotel an der Königsallee prominente Verstärkung: Sternekoch Björn Freitag wird künftig – unterstützt von Chefkoch Timo Bosch und seinem Team – für das kulinarische Wohl der Gäste sorgen. Das bisherige Hotelrestaurant wird komplett renoviert und umgestaltet, die Entwürfe des Designs stammen vom renommierten Londoner Architektenbüro Virgile + Partners. Im Zuge dessen soll das Restaurant eine neue, eigene Identität erhalten, die weit über eine reine Hotelgastronomie hinausgeht. Vielmehr soll es mit einer bodenständigen Küche und einem modernen Ambiente, das zur Geselligkeit einlädt, künftig zu den Düsseldorfer Hotspots gehören. Zur Zielgruppe zählen dementsprechend nicht nur die eigenen Hotelgäste, sondern auch nationale und internationale

Besucher der Stadt sowie selbstverständlich das Düsseldorfer Publikum. Das Restaurant soll auch einen eigenen Eingang von der Königsallee erhalten und nicht mehr, wie bisher, allein durch die Lobby zugänglich sein. Der Fokus der Speisekarte liegt auf hervorragender, zuverlässiger Qualität mit lokalen und saisonalen Produkten zu einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis. Dabei werden die Gäste viele der Einflüsse entdecken, die sie aus dem TV-Programm von Björn Freitag im WDR kennen. Der Spitzenkoch wählt in Düsseldorf bewusst einen anderen Schwerpunkt als in seinem Sternerrestaurant „Goldener Anker“ in Dorsten.

„Ich freue mich sehr über die Partnerschaft mit dem Intercontinental Düsseldorf und darauf, wieder ein Projekt in der Landeshauptstadt umzusetzen – und das auch noch auf der berühmten Königsallee im Herzen Nordrhein-Westfalens“, so Björn Freitag. Britta Kutz, General Manager des Intercontinental, fügt hinzu: „Die kreative Zusammenarbeit am neuen Konzept hat großen Spaß gemacht. Ich kann es kaum erwarten, das Endergebnis ‚live‘ zu sehen und bin mir sicher, die Gäste werden von unserem neuen Restaurant genauso begeistert sein wie das ganze Team rund um Björn Freitag und das InterContinental Düsseldorf.“

Die Steinprofis®

Steinbodensanierung – Staubfreie Verarbeitung

- Schleifen
- Kristallisieren
- Imprägnieren
- Marmor
- Terrazzo
- Granit
- Betonschleifen
- Beton
- Reparatur

Meisterbetrieb • www.steinprofis.de
Tel.: (0 21 51) 75 65 17



Diana Krappen (links), Gewinnerin des AMD Design Award, mit Katja Schnabel, General Manager Hotel Indigo.

AMD Design Award verliehen

Diana Krappen im **Hotel Indigo Düsseldorf** ausgezeichnet

Im Hotel Indigo Düsseldorf-Victoriaplatz wurde zum zweiten Mal der AMD Design Award verliehen. Mit diesem Preis wird die beste Arbeit einer Ausstellung von Absolventen der AMD-Abschlussklasse in Marken- und Kommunikationsdesign prämiert. In diesem Jahr ging der Preis an die crossmediale Kampagne von Diana Krappen für ein Bio-Kosmetik-Unternehmen. Das Hotel Indigo stiftete für die Gewinnerin ein Wochenende im Hotel Indigo Berlin-Alexanderplatz.

„Ich freue mich, dass wir die Zusammenarbeit mit der AMD nach erfolgreichem Start nun weiterführen“, so Katja Schnabel, General

Manager des Hotel Indigo in Düsseldorf. „Als designaffines Boutique-Hotel geben wir jungen Kreativen gerne eine Plattform, um ihre inspirierenden Arbeiten zu präsentieren.“ Zur Jury gehörten Professor Rüdiger Götz (KW43 Branddesign), Professor Ralf Lobeck (Professur für visuelle Kommunikation, AMD) sowie Katja Schnabel vom Hotel Indigo Düsseldorf. Die Kooperation ergänzt das kulturell-kreative Engagement des Düsseldorfer Hotels. So zeigt das Haus dauerhaft verschiedene Arbeiten des Fotokünstlers Armin Morbach und ist Partner des Asphalt Festivals.

Digitalisierung bei Lindner

Hotelgruppe investiert in den W-Lan-Ausbau

Ein leistungsstarkes W-Lan mit bis zu 1 GBit/s via Glasfaserkabel ermöglicht den Gästen in den Lindner Hotels & Resorts sowie den Me and all Hotels nicht nur effizientes Co-Working und schnelles Streamen von Filmen und Musik. Mobiler Check-in, Messaging und perfekter Sound sind weitere Bausteine der Digitalisierung bei Lindner. Einen siebenstelligen Betrag investiert das Unternehmen in den W-Lan-Ausbau seiner Häuser. Unterstützung mit technischem Know-how inklusive Sicherheitspaket bietet dafür die Deutsche Telekom, die seit zehn Jahren wichtiger Partner

der Hotelgruppe ist. „Schnelles und zuverlässiges Internet – unter anderem für das Streamen via Netflix oder Amazon Prime – ist heute essenziell für unsere Gäste“, so Andreas Krökel, Vorstand Operations, Sales und Marketing der Lindner Hotels AG. Damit die Digitalisierung nicht zum Risiko für Daten und persönliche Informationen wird, hat die Hotelgruppe entsprechend vorgesorgt und nutzt eine E-Mail-Security-Lösung, die den Service aus der Cloud in den hochsicheren Rechenzentren nach deutschem Datenschutz betreibt, und eine strenge Firewall.

INDUSTRIEBAU



KREATIVITÄT
BEDEUTET, UN-
GEWÖHNLICHE
LÖSUNGEN ZU
FORDERN.

www.buehrer-wehling.de





BUHRER+WEHLING

Die Kraft einer starken Lösung





Die Siegerin beim Henkel-Preis der Diana heißt Diamanta mit Jockey Maxim Pecheur.

Pferderennen und schicke Hüte

20.000 Besucher kamen zum **Henkel-Renntag**

Sonne, Spaß und schnelle Pferde – der Henkel-Renntag auf der Grafenberger Galopprennbahn bot den rund 20.000 Besuchern auch in diesem Jahr ein besonderes Erlebnis für die ganze Familie. Der sportliche Höhepunkt des Tages: der Henkel-Preis der Diana. Die Siegerin hieß Diamanta. Die drei Jahre alte Stute im Besitz von Julia und Gregor Baum aus Hannover gewann das mit 500.000 Euro dotierte Rennen gegen Naida und Durance. Im Sattel saß der 28 Jahre alte Maxim Pecheur.

In der Henkel-Lounge begrüßte Gastgeber Hans Van Bylen, Vorstandsvorsitzender der Henkel AG & Co. KGaA, gemeinsam mit Oberbürger-

meister Thomas Geisel und Peter M. Endres, Präsident des Düsseldorfer Reiter- und Rennvereins, die rund 350 geladenen Gäste aus Politik, Wirtschaft und Kultur. „Der Henkel-Renntag bietet weit mehr als Galopprennen – er ist ein Familienfest, zu dem wir unsere Düsseldorfer Nachbarn einladen“, so Van Bylen.

Zu den Programmhöhepunkten des Renntags zählte erneut der Hut-Contest von Schwarzkopf. Als Jurymitglieder prämierten Cornelia Schlatt, Marketing Director Henkel Beauty Care, Düsseldorfs „First Lady“ Dr. Vera Geisel, Journalistin Dagmar Haas-Pilwat sowie Starstylistin Laila Hamidi die spektakulärsten Hüte beim Renntag.

Abseits des Pferderennsports gab es auf dem Markenparcours zahlreiche Aktionen und Gewinnspiele rund um die bekannten Marken von Henkel – wie Schwarzkopf, Persil oder Pritt. Außerdem stand ein Dosenwerfen für den guten Zweck auf dem Programm. Für jede abgeworfene Dose spendete die Fritz Henkel Stiftung zwei Euro für gemeinnützige Projekte in Düsseldorf. Die entstandene Spendensumme belief sich auf rund 30.000 Euro. Auch für die kleinen Besucher bot der Henkel-Renntag mit Bastelstunden im Kinderparadies, Schminken, Ponyreiten und einer Hüpfburg ein abwechslungsreiches Programm.

FOTO: HENKEL AG & CO. KGAA



Eine denkmalgeschützte Kapelle soll der besondere Mittelpunkt des neuen Stadtquartiers werden.

Konzept für Stadtquartier Maxfrei

Vier Baufelder auf dem ehemaligen JVA-Gelände

Fast 120 Jahre lang Gefängnisstandort, schon bald ein urbanes Stadtquartier: das Projekt Maxfrei in Düsseldorf-Derendorf wird zum Leben erweckt. Die Projektgesellschaft Ulmenstraße, ein Joint Venture aus Interboden und Hamburg Team, gab nun erste Informationen zur Bauzeit, zum Quartierscharakter und zur Nutzung des ehemaligen JVA-Geländes bekannt. Demnach wird das rund 35.000 Quadratmeter große Areal in

insgesamt vier Baufeldern entwickelt. Auf bis zu fünf Vollgeschossen entstehen knapp 60.000 Quadratmeter Nutzfläche, die sich aus circa 15.000 Quadratmeter Gewerbefläche und über 500 Wohneinheiten zusammensetzen. Mehr als 50 Prozent des Wohnraums sind gefördert. Angestrebter Baubeginn ist das zweite Quartal 2020, die Fertigstellung des Quartiers ist für Ende 2023 geplant.

FOTO: INTERBODEN GRUPPE

100.000 Fahrgäste begleitet

Erfolgreicher Service von **ZWD, Jobcenter** und **Rheinbahn**

Die Zukunftswerkstatt Düsseldorf (ZWD), das Jobcenter Düsseldorf und die Rheinbahn freuen sich über eine erfolgreiche Kooperation: 2007 starteten sie gemeinsam das Projekt „Begleitservice für Fahrgäste“. In diesem Jahr feiern sie einen ganz besonderen Meilenstein – den 100.000. Auftrag. Zahlreiche ältere oder in ihrer Mobilität eingeschränkte Düsseldorfer nutzen das für sie kostenlose Angebot und bewahren sich so ein großes Stück Unabhängigkeit und Lebensqualität.

Bis zu 70 geschulte Servicekräfte begleiten die Fahrgäste nicht nur während der Fahrt in Bus und Bahn, sondern von Tür zu Tür. Zusätzlich

stehen sie ihnen mit Auskünften zu Tarifen, Linienwegen oder den Ticketautomaten zur Seite. Sie sind auf alle möglichen Situationen eingestellt – seien es Fahrgäste mit Sehbehinderung, Gipsbein oder altersbedingten Einschränkungen. Zum Einsatz kommen hier ausschließlich Langzeitarbeitslose, die die ZWD auf den Wiedereinstieg ins Berufsleben vorbereitet. Basis für die Umsetzung sind die Vorgaben durch den Gesetzgeber und das Jobcenter Düsseldorf, das die Maßnahme finanziert. Und die kann Erfolge vorweisen: Von den insgesamt 1.665 Langzeitarbeitslosen, die in den letzten Jahren als Fahrgastbegleiter unterwegs waren,

erhielten 361 anschließend eine Einstellung auf dem ersten Arbeitsmarkt – davon 29 bei der Rheinbahn und drei beim Reisedienst Maaßen, weitere 40 bei Subunternehmen der Rheinbahn. „Gerade wegen der vielen gelungenen Vermittlungen in eine Festanstellung ist es für mich ein Herzensprojekt, das ich seit vielen Jahren sehr intensiv begleite“, so Klaus Klar, Vorstandsvorsitzender und Arbeitsdirektor der Rheinbahn.

Brummen ist einfach.



sparkasse-hrv.de
kreissparkasse-duesseldorf.de



**Weil wir den Motor der Wirtschaft am Laufen halten.
In Deutschland und in 22
Ländern weltweit.**

Deutsche Leasing 

 Sparkasse
Hilden • Ratingen • Velbert

 Kreissparkasse
Düsseldorf

Pop-up-Store für Lifestyle

_Blaenk eröffnet
in bester Innenstadtlage

Die Innenstadt braucht frischen Wind“, davon ist Martin Bressemer, Geschäftsführer von Brickspaces, überzeugt. Und diesen frischen Wind will er mit dem Start-up-Projekt **_Blaenk** nach Düsseldorf bringen. Dafür hat er sich einen Ort in bester Innenstadtlage ausgesucht, nämlich am Joachim-Erwin-Platz 1 in den Räumen, in denen bis vor einiger Zeit die Modekette H&M residierte.

Die Idee hinter **_Blaenk**: Das Geschäft soll nicht nur ein Verkaufs-, sondern ein Erlebnisort sein. Dafür sind in dem nach Unternehmensangaben größten Pop-up-Store in der Landeshauptstadt 20 Lifestyle-Marken vertreten, die durchaus dem gehobenen Segment zugeordnet werden können. 60 bis 70 Prozent von ihnen sind



Das Team von **_Blaenk** (von links): Sandra Swienty (Projektleitung), Martin Bressemer (GF) und Moritz Nikula (Projektleitung).

junge Unternehmen und Start-ups, und zwar aus den unterschiedlichsten Bereichen, viele aus Düsseldorf. Das macht den Pop-up-Store, der noch bis Ende des Jahres bleiben soll, spannend. Etwas Trendiges für wenig Geld? Die Gewürzmischungen von Just Spice sind schon für wenige Euro zu haben. Oder darf es ein bisschen mehr sein? Dann gefällt vielleicht das Elektroauto von E-Go, einer neuen Automarke aus Aachen, das bei **_Blaenk** zu sehen ist. Kaufen kann man das Fahrzeug allerdings erst in einigen Monaten, wenn die Großserie an den Start geht. Zeit genug, um zu überlegen, ob man die gut 15.000 Euro dafür gerade flüssig hat. Aber egal, wofür der Kunde sich interessiert, an Beratung soll es nicht mangeln. Dafür setzt

_Blaenk nicht nur auf informierte und engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sondern auch auf High-Tech. Detailinformationen zu den Produkten von Bang & Olufsen zum Beispiel liefert eine Expertin auf Knopfdruck per Video-Beratung – übrigens aus einem Studio in Kapstadt.

Am Joachim-Erwin-Platz soll es aber nicht nur ums Verkaufen gehen. Kunst, Kultur, Entspannung und Events gehören zum Konzept. Fotos von Wolfgang Sohn mit leuchtendem Hintergrund sind zu sehen, eine Lounge lädt zur Entspannung ein, im Obergeschoss ist Platz für Yoga-Kurse und Ende August gab Lena Meyer-Landrut dort ein kleines, aber feines Konzert.

Neuzugang in Düsseldorf-Unterrath

Coconet mietet über Aengevelt

Die Coconet-Gruppe ist auf dem europäischen und weltweiten Markt ein wichtiger Anbieter digitaler Lösungen für Banken. Das Unternehmen mit über 200 Mitarbeitern und Tochtergesellschaften in Warschau und Bukarest hat seinen Hauptsitz mit Hilfe des Immobilienunternehmens Aengevelt von Erkrath nach Düsseldorf-Unterrath verlegt. In dem modernen Bürogebäude „Parseval Square“ mit rund 34.000

Quadratmetern Gesamtmietsfläche nutzt das Unternehmen nun rund 2.100 Quadratmeter renovierte Bürofläche –ausreichend PKW-Stellplätzen inklusive. „Für das international agierende Unternehmen war das Büro-Ensemble aufgrund der Flughafen-Nähe und der sehr guten ÖPNV-Anbindung besonders interessant“, so Birthe Nordhues, Leiterin gewerbliche Vermietung von Aengevelt Düsseldorf.

DEMSKI & NOBBE PATENTANWÄLTE

Wir beraten Sie gerne in Angelegenheiten des gewerblichen Rechtsschutzes

- > Patente
- > Gebrauchsmuster
- > Geschmacksmuster
- > Marken

im In- und Ausland

Augustastraße 15
40721 Hilden
Telefon 021 03/3 10 12
Telefax 021 03/36 00 37
mail@dn-patent.de

MENSCHEN DER WIRTSCHAFT

Felix Neugart folgt auf Dr. Gerhard Eschenbaum

Nach 22 Jahren verabschiedete die IHK Düsseldorf am 29. August Dr. Gerhard Eschenbaum (64), stellvertretender Hauptgeschäftsführer und Leiter der Abteilung Außenwirtschaft, in den Ruhestand. Sein Nachfolger wird Felix Neugart (46). IHK-Präsident Andreas Schmitz würdigte Dr. Gerhard Eschenbaum mit den Worten: „Mit Ihnen geht ein Lotse von Bord, der die exportorientierten Unternehmen im IHK-Bezirk Düsseldorf kenntnisreich, erfahren, innovativ und stets mit dem richtigen Gespür für sich drehende Winde in den vergangenen 22 Jahren sicher durch ruhiges, aber auch durch unruhiges Fahrwasser im internationalen Geschäft begleitet hat. Sie haben unter anderem die Kompetenzzentren für

Russland und China ins Leben gerufen, gelten als ‚Architekt‘ der Neukonzeptionierung der NRW-Außenwirtschaftsförderung und haben so erfolgreiche Formate wie ‚meet the neanderland‘, ‚going international‘, oder das Düsseldorfer Handelsforum erfunden. Bewahren Sie sich Ihren Humor, Ihre Gelassenheit, Ihre Neugier und Weltoffenheit – wir werden Sie vermissen und lassen Sie daher nur sehr ungern ziehen.“ Nachfolger Felix Neugart hieß Schmitz mit folgenden Worten willkommen: „Lieber Herr Neugart, Sie treten in sehr große Fußspuren. Wir haben uns aber bewusst für Sie als Nachfolger von Dr. Gerhard Eschenbaum als Leiter des Geschäftsfeldes International entschieden, weil wir Ihnen zutrauen, das auch zu schaffen. Und dafür



Dr. Gerhard Eschenbaum (rechts) mit seinem Nachfolger Felix Neugart.

bringen Sie das notwendige Rüstzeug mit: Sie waren zu Beginn Ihrer Karriere Fellow im Planungsstab des Auswärtigen Amtes in Berlin, wechselten danach zum Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK), wo Sie verschiedene Positionen im Bereich Internationales und Außenwirtschaftsrecht bekleideten. Sie waren Mitglied des Beratergremiums der EU-Kommission für TTIP in Brüssel. Seit 2016 waren Sie Geschäftsführer der Deutsch-Emiratischen Industrie- und Handelskammer (AHK) in Abu Dhabi und Dubai sowie Delegierter der deutschen Wirtschaft für Katar, Kuwait, Oman und den Irak.

Also: Welcome back im Abendland – und good luck für Ihre neue Aufgabe in Düsseldorf!“

Die Präsidentin des Oberlandesgerichts Düsseldorf hat **Diana Steinbrück**, Prüfungsausschussvorsitzende, BZD Business Center GmbH, Düsseldorf, und **Christoph Tholl**, Geschäftsführer der Werner Tholl Malerei-Anstrich-Bautenschutz GmbH, auf Vorschlag der IHK Düsseldorf zur Handelsrichterin beziehungsweise zum Handelsrichter beim Landgericht Düsseldorf ernannt.

JUBILÄEN

Folgende Firmen hatten Jubiläum:

19. August

25 Jahre – R + R Reifen und Räder GmbH & Co. KG, Hilden

25 Jahre – Regus Düsseldorf Airport GmbH, Ratingen

31. August

25 Jahre – Winland internationale Spedition GmbH, Ratingen

Schmeing Stahlbau GmbH

Weseker Weg 38 · 46354 Südlohn

Telefon: 0 28 62/98 01-0

www.schmeing-stahlbau.de



SCHMEING
Stahl- und Hallenbau



Mit eigener
Fertigung und Montage
aus dem Münsterland



LIFE IS A RIDE



FAN



BUD

AM RHIN



Budenzauber

Kioske im IHK-Bezirk Düsseldorf

Abends nach der Arbeit noch schnell eine Kleinigkeit einkaufen, sonntags den Kühlschrank mit Lebensmitteln auffüllen, ein spontanes Pläuschchen am Stehtisch halten und über die aktuellen Schlagzeilen der ausliegenden Zeitungen sprechen: Vor rund 20 Jahren gab es für die Menschen im IHK-Bezirk Düsseldorf und den anderen „Kiosk“-Regionen Deutschlands wie etwa dem Ruhrgebiet dafür genau eine Anlaufstation, das Büdchen. „Es war ein kleiner Einkaufskosmos, ein räumlich überschaubares Lädchen im Wohngebiet, das den Bedarf des täglichen Lebens deckte und durch seine Heimeligkeit und das Angebot an alkoholischen Getränken immer auch ein wenig Kneipenatmosphäre versprühte“, so Tina Schmidt, Handelsreferentin der IHK Düsseldorf.

Heute haben viele Supermärkte bis spät in die Nacht geöffnet, Tankstellen bieten rund um die Uhr bis zu 2.500 Artikel an von der Tiefkühlpizza über frisch gebackene Brötchen bis zum Waschmittel, und die neusten Schlagzeilen lesen die Menschen auf ihrem Smartphone. „Früher wurden die Bürgersteige um 18.30 Uhr in den Städten hochgeklappt, der Einzelhandel schloss seine Türen samstags um 14 Uhr“, sagt Isabel Hausmann, stellvertretende Geschäftsführerin Dehoga Nordrhein e. V. „Wer gern noch Leute treffen wollte und bei schmalem Geldbeutel Durst auf ein Bierchen hatte, ging zur Trinkhalle. Nachdem sich die Öffnungszeiten von Bäckereien, Einkaufszentren, Metzgereien in den letzten 20 Jahren ausgeweitet haben, haben es die Trinkhallen schwer. Man kann in der Stadt nicht verhungern oder verdursten. Man findet auch um 22 Uhr noch eine Möglichkeit, Mehl oder Eier zu erstehen.

FOTO: EGGERT GROUP



Das gibt es nur am Büdchen: die gemischte Tüte.

Früher blieb oft nur das Büdchen, wenn noch etwas fehlte.“ „Allerdings sind die Büdchen nicht nur die Versorger vergangener Zeiten, sondern sie passen ihr Sortiment an – als Paradebeispiel gilt der Coffee to go,“ stellt Tina Schmidt fest.

Entstanden sind die Büdchen um das Jahr 1850 und waren eine direkte Folge der Industrialisierung. Da die Arbeiter in den Zechen und Fabriken kein Leitungswasser trinken konnten, weil es damals noch verunreinigt war, griffen sie auf Bier und Spirituosen zurück. Eine Zeitlang unterstützten ihre Arbeitgeber den Konsum sogar mit finanziellen Zuschüssen. Da das aus naheliegenden Gründen nicht lange gut ging und viele Männer süchtig wurden, entstanden öffentlich geförderte „Trinkhallen“, die Mineralwasser und andere nicht alkoholische Getränke anboten. Zuerst standen diese Buden in der Nähe der Fabriken, später verteilten sie sich auf andere Stadtgebiete. Im Lauf der Zeit erweiterten die Büdchen ihr Angebot um Zeitungen, Zeitschriften, Tabakwaren, alkoholische Getränke, Snacks und Süßigkeiten.

Inseln inmitten grauer Industrielandschaft

Da die Kioske – das Wort stammt aus dem Persischen und bedeutet Pavillon oder Gartenhaus – zu Beginn oft freistehende Häuschen waren, sich rein architektonisch vom Umfeld absetzten und häufig wie eine Insel inmitten grauer Industrielandschaft standen, empfanden auch die Menschen sie als eine Art Anlaufstelle, um aus dem Alltag auszubrechen und sich bei einem Bier über die neusten Geschichten in der Nachbarschaft zu unterhalten. Es entstanden Angebote, die es so bis heute nur im Büdchen gibt, wie etwa die „gemischte Tüte“, die man für wenig Geld mit diversen Süßigkeiten füllen konnte („Einmal Lakritz für 20 Pfennig, einmal Gummibärchen für

„Die Lockerung der Ladenöffnungszeiten war eine Zäsur für die Büdchen.“

Tina Schmidt,
IHK Düsseldorf

„Das Betreiben eines Kiosks ist eine mühsame Arbeit.“

Professor Dr.
Kurt Wettengl,
TU Dortmund

30 Pfennig...“) und die viele Generationen in Düsseldorf und dem Kreis Mettmann durch die Kindheit begleitete.

„Eine Zäsur stellte dann rückblickend die Lockerung der Ladenöffnungszeiten dar. Plötzlich erwuchs den Büdchen Konkurrenz, die ihnen zusetzte“, so Schmidt. „Bedenkt man die schrumpfende Zeitungs- und Magazinbranche, die lange Zeit einen wichtigen Teil des Umsatzes generierte, macht sich auch die Digitalisierung bemerkbar“, sagt Jan Pass, Sprecher der Ruhrtourismus GmbH, die



Tina Schmidt, Handelsreferentin der IHK Düsseldorf.

den „Tag der Trinkhallen“ organisiert, das Revierpendant zum „Düsseldorfer Büdchentag“ (mehr zum „Düsseldorfer Büdchentag“ ab Seite 20). „Die Möglichkeit, als Paketstation sein Angebot zu erweitern, kann aber eine positive Folge der Digitalisierung für die Trinkhallen sein.“

Auch Dr. Kurt Wettengl, Honorarprofessor für Kunst und Kunstwissenschaft an der Technischen Universität Dortmund und Gründungsmitglied des ersten Kioskclubs Deutschlands, sieht die Büdchenbetreiber wirtschaftlich in einer schwierigen Lage. „Das Betreiben eines Kiosks ist eine mühsame Arbeit. Sie erfordert viel Arbeitszeit – oftmals im Familienbetrieb – und Organisation. Jede zusätzliche Einnahme ist deswegen willkommen“, sagt er. Allerdings betont auch Wettengl, dass die Einnahmen durch den Pakethandel überschaubar seien. „Ein Betreiber sprach von circa 30 Cent pro Sendung. Aber: Kunden kommen hierdurch an oder in den Kiosk.“ Isabel Hausmann schätzt, dass 250 Trinkhallen pro Jahr in Nordrhein-Westfalen geschlossen werden. „Nach den Daten der IHK Düsseldorf gibt es aktuell in den Städten des Kammerbezirks 237 Unternehmen, die den Schwerpunkt ihrer Tätigkeit der Branchengruppe ‚Kioske, Tankstellen- und Convenience-Shop‘ zugeordnet haben. Davon sind 155 in Düsseldorf und 82 im Kreis Mettmann zu finden“, so Tina Schmidt.

Ort der Erinnerung

Es sah also schon mal besser aus für die Büdchen in der Region. Doch auch wenn sich ihre Zahl reduziert hat und man in den Büdchen-Hochburgen anders als früher vielleicht schon mal 10 bis 15 Minuten gehen muss, um von einem Kiosk zum anderen zu gelangen, so sind sie immer noch unverzichtbare „Anker für soziale Kontakte und die lokale Versorgung“, wie Jan Pass von der Ruhrtourismus GmbH es formuliert. „Oft kennen die Budenbesitzer ihre Kunden schon von klein auf, das sind gewachsene Beziehungen. Teilweise haben die Trinkhallen und ihre Besitzer eine Art Kultstatus, den die Konkurrenz in Form von Supermärkten und Tankstellen selten innehat.“

Anders als die Konkurrenz mit einem oft einheitlichen Sortiment sind die kleinen Buden flexibler und passen sich der jeweiligen Kundenstruktur in ihrer Umgebung an. „Gerade unter dem Konkurrenzdruck, dem Kioske ausgesetzt sind, diversifizieren die Betreiber ihr Angebot sehr und stellen sich oft rührend auf die Bedürfnisse ihrer Kunden aus der Nachbarschaft ein“, sagt Kurt Wettengl. „Je nach Quartier und Nachfrage ist das Angebot verschieden: Als Kioskclub haben wir schon mehrfach von uns geführte Kiosktouren durch Städte – Dortmund, Frankfurt, Hagen, Düsseldorf – angeboten und dabei immer wieder festgestellt, wie breit die Angebote sind.

„Kioske sind immer noch unverzichtbare Anker für soziale Kontakte.“

Jan Pass,
Ruhrtourismus GmbH

Klar: Bier, Mineralwasser, gemischte Tüte, Zigaretten sind der Standard; dann unterscheidet sich rasch das Angebot an Zeitungen, die von einer Zeitung wie ‚Bild‘ über regionale Zeitungen in Städten wie Dortmund und Hagen bis zur internationalen Presse in Frankfurt oder Düsseldorf gehen kann“, sagt der Wissenschaftler. Während sich das Angebot unterscheidet, sei die Kundschaft an allen Kiosken ähnlich. Natürlich gebe es gewisse lokale Unterschiede, im Prinzip aber fänden sich alle gesellschaftlichen Schichten am Büdchen.

Und alle eint das Gefühl, an einem Ort der Begegnung zu sein. „Hier spielt die Eins-zu-eins-Verkaufssituation insbesondere bei Kiosken mit der traditionellen Luke eine besondere Rolle: Hierdurch wird eine Intimität geschaffen, die es sonst bei Verkaufsgesprächen so nicht gibt. Die Trinkhalle ist nicht nur einfach ein sehr kleines Ladenlokal, sondern ein Ort des menschlichen Miteinanders, ein Ort des ge- und belebten Chaos und ein Ort der Erinnerung. Im Unterschied dazu sind Tankstellen Orte des Transits. Gerade in unserer heutigen schnelllebigen Zeit bekommen solche emotional aufgeladenen Orte der Begegnung wieder eine neue Bedeutung.“

Gesa van der Meyden

Kommunikation und geselliges Beisammensein an der Trinkhalle Volksgarten.





Christian Düchtel beim Interview in „seinem“ Büdchen an der Brunnenstraße.

Dat Düsseldörper Büdche

Interview mit **Christian Düchtel**, Initiator des Düsseldorfer Büdchentags

Herr Düchtel, Sie haben Germanistik und Kommunikationswissenschaften studiert, betreiben selbst keinen Kiosk. Warum liegen Ihnen die Düsseldorfer Büdchen am Herzen?

Als ich aus Bayern nach Düsseldorf kam, habe ich festgestellt, dass die Stadt sehr viel zu bieten hat, auch und gerade in den Stadtteilen. Eine Büdchenkultur, wie es sie in Nordrhein-Westfalen gibt, kannte ich nicht, aber ich stellte schnell fest, dass es am Büdchen mehr gibt als Zeitungen, Bier oder Süßigkeiten. Das Büdchen ist ein Ort der Kommunikation, man trifft sich, kommt ins Gespräch, diskutiert über das, was gerade Thema ist, über das, was die Menschen beschäftigt und was sie bewegt. Die Gesellschaft wird immer schnelllebiger und anonym, aber am Büdchen scheint die Welt noch in Ordnung zu sein. Hier spielen Alter, Geschlecht, Herkunft oder Status keine Rolle. Orte wie diese sind wertvoll und rar, deshalb müssen wir sie schützen.

„Am Büdchen spielen Alter, Geschlecht, Herkunft oder Status keine Rolle.“

Braucht Düsseldorf dafür einen Büdchentag?

Ich habe diesen Tag 2016 zusammen mit anderen Akteuren ins Leben gerufen, um einmal im Jahr die kulturelle Bedeutung der Büdchen zu feiern. Ein Kiosk, sein Betreiber und die Kunden sind immer auch ein Spiegel der Gesellschaft und der Entwicklung im Stadtteil. Wir möchten deshalb die Aufmerksamkeit der Menschen auf die Kleinhändler lenken und unterstreichen, dass es gerade die Büdchen um die Ecke sind, die das Leben im Viertel bereichern – als Nahversorger, aber vor allem als soziales Bindeglied. Denn verschwindet ein Büdchen, verschwindet damit häufig auch der nachbarschaftliche Zusammenhalt. Beim Büdchentag haben wir die Möglichkeit und den Rahmen, den Unternehmern die Anerkennung entgegenzubringen, die ihnen gebührt.

Kürzlich gab es die vierte Auflage. Ihre Bilanz?

Der Büdchentag war auch in diesem Jahr ein voller Erfolg. 21 Büdchenbesitzer haben sich beteiligt und zusammen mit Künstlern, Musikern und DJs ein kreatives Programm auf die Beine gestellt. Die Resonanz war super. Nicht nur die Düsseldorfer, auch Gäste aus dem Umland und aus Städten wie Nürnberg oder Brüssel haben diesen Tag zu Ehren der Händler gefeiert. Viele haben sich ihre ganz individuelle Tour zusammengestellt und sind zu Fuß oder per Fahrrad von Büdchen zu Büdchen gezogen. All das war und ist nur möglich, weil uns viele Menschen mit Leidenschaft und Idealismus unterstützen und weil die Stadt den Tag mit 5.000 Euro fördert. Mit einem höheren Budget könnten wir das Potenzial der Veranstaltung natürlich noch besser ausschöpfen und auch die angemessen bezahlen, die bisher aus reiner Überzeugung mitmachen.

Gerade Büdchenbesitzer sind dafür bekannt, ein enges Verhältnis zu ihren Kunden zu haben. Wie wichtig ist diese besondere Beziehung?

Ein Büdchenbesitzer trifft Menschen aus allen sozialen Schichten. Er hat für jeden ein offenes Ohr, interessiert sich für die Wünsche und Sorgen seiner Kunden, ist Seelenröster und Helfer in jeder Lebenslage. Er ist die Person, der man den Wohnungsschlüssel für den Handwerker anvertraut oder das Einschreiben vom Postboten, der Mensch, mit dem man Freude und Kummer teilt. Er ist das Ventil, wenn es auf der Arbeit mal wieder Ärger oder zu Hause Streit gab. Und für manchen ist er der einzige soziale Kontakt des Tages. Die hohe soziale Kompetenz ist das, was den Kioskbesitzer ausmacht. Er ist der Kit, der das Stadtviertel zusammenhält.

Was braucht es noch, um ein Büdchen erfolgreich betreiben zu können?

Da gibt es keinen Königsweg. Allerdings zeigt sich, dass die, die ihr ganzes Herzblut in ein solches Projekt stecken, die sieben Tage die Woche mit Geschäftssinn, Leidenschaft und Durchhaltevermögen in ihrem Büdchen stehen, durchaus bestehen können. Nehmen Sie Conny und Willi Pflug vom Kiosk am Rather S-Bahnhof oder Vartan Akbas von der Schirmerstraße: Ihr Leben ist das Büdchen – seit über 30 Jahren. Sie sind erfahrene Geschäftsleute, immer offen für Neues, mit dem richtigen Riecher für die Bedürfnisse der Kunden. Ihre Büdchen sind verlässliche Konstanten im Stadtteil und gleichzeitig in ständigem Wandel. Das ist ein Erfolgsrezept.

„Es gilt, seine Nische zu finden und die passende Auswahl zusammenzustellen.“

Was bedeutet das für das Sortiment? Muss es vielfältiger werden?

Ja. Nur Tabak, Zeitungen und Süßigkeiten zu verkaufen, funktionierte vielleicht früher mal, heute nicht mehr. Inzwischen geht das Angebot von den neuesten Modegetränken über fertig geschnittenes Obst und frische Salate bis hin zu Tiefkühlpizza und Handykarten. Wer ein Büdchen betreibt, der muss seine Nische finden und die passende Auswahl zusammenstellen. In der Nähe von Schulen sind vielleicht Eis, Sammelkarten und kalte Limonaden der Renner, im Wohnviertel sind es eher Lebensmittel und Drogerieartikel. Ein Büdchenbesitzer muss ausloten, was sich die Kunden wünschen, er muss Trends im Blick behalten und flexibel darauf reagieren.



Der Düsseldorfer Büdchentag kam bei den Besuchern an.



Anna Pop legte beim Büdchen an der Linienstraße auf.

Trotzdem dürfte es heutzutage schwierig sein, mit einem Büdchen reich zu werden. Die Mieten steigen, die Supermärkte und Tankstellen haben bis Mitternacht geöffnet und Lieferdienste bringen Lebensmittel bis zur Haustür.

Natürlich macht die wachsende Konkurrenz den Kiosken zu schaffen. Viele Büdchenbesitzer kratzen am Existenzminimum und überleben nur, weil die ganze Familie mithilft. Bei jedem Verkauf machen sie nur wenige Cent Gewinn. Müssten sie Mitarbeiter bezahlen, würden sie vermutlich gar nichts mehr verdienen, obwohl sie sieben Tage die Woche fast rund um die Uhr hinterm Tresen stehen und quasi nebenbei noch den Einkauf und die Bürokratie stemmen. Die wenigstens werden sich von den Einnahmen irgendwann mal eine eigene Immobilie kaufen können oder gar reich werden, aber viele sind sehr, sehr zufrieden und lieben das, was sie tun. Das Büdchen ist ihr Lebensinhalt, ihr zweites Zuhause.

Laut Handelsverband nimmt die Zahl der Kioske kontinuierlich ab. Wird das Büdchen überleben?

In Zukunft wird es mehr denn je darum gehen, nicht austauschbar zu sein. Gegen Supermärkte und Tankstellen werden sich Büdchen nur dann behaupten können, wenn sie anders sind – zum Beispiel, weil ihr Sortiment speziell und genau auf die Wünsche der

„In Zukunft wird es mehr denn je darum gehen, nicht austauschbar zu sein.“

„Heute gibt es einen wahren Büdchen-Kult – vor allem bei den jungen Leuten.“

Kunden abgestimmt ist, weil der Kaffee unglaublich lecker schmeckt oder es Getränke gibt, die man sonst nirgendwo bekommt. Ganz besonders wird es aber darauf ankommen, Treffpunkt für die Menschen im Viertel zu bleiben, also den direkten und persönlichen Kontakt zu den Kunden zu suchen und zu pflegen. Wem das gelingt, der hat gute Chancen, mit seinem Büdchen zu überleben.

Vorausgesetzt, die Menschen wissen dieses besondere Angebot auch in Zukunft noch zu schätzen...

Im Moment deutet vieles darauf hin. Während es früher geradezu anrühlich war, am Kiosk zu stehen, dort ein Bier zu trinken oder mit Leuten zu quatschen, gibt es heute einen wahren Büdchen-Kult – vor allem bei den jungen Leuten. Es ist cool, abends am Büdchen vorzuglücken, sich bei gutem Wetter mit Freunden am Kiosk statt in der Kneipe zu treffen oder sich dort spät in der Nacht noch ein letztes Bier für den Heimweg zu besorgen. Auch der älteren Generation ist es nicht egal, wenn ein Büdchen mit langer Tradition aus dem Viertel verschwindet. Im Gegenteil: Droht die Schließung, dann machen ganze Bürgerinitiativen mobil und setzen sich für die Rettung ein – häufig mit Erfolg. Es gibt also gute Gründe, optimistisch in die Zukunft zu blicken.

Sylvia Rollmann



Köstliches Grillgut gab es beim Kiosk Karakus an der Volksgartenstraße.

FOTOS: BILDERREICH FÜR EGGERT GROUP



Orlando Meffe führt das Kult-Büchchen am Rhein.



Von Schampus bis Brausepulver

Viele Büchchen im IHK-Bezirk sind mehr als Orte für den schnellen Einkauf mit breitem Sortiment – sie vermitteln ein Lebensgefühl.

Ein perfekter Sommerabend am Rhein. Im Hintergrund rauscht der Verkehr, vorn glitzert das Wasser. Dazwischen die Zutaten des Abends: ein Mäuerchen, kaltes Bier, Menschen in Plauderlaune, Musik. Manche sind zum ersten Mal da und staunen über den Andrang – wie Siggie und Mechthild, die gerade eine Pause von ihrer Fahrradtour Richtung Rüdesheim einlegen. Andere kommen jeden Tag zum „Fortuna-Büchchen“ am Joseph-Beuys-Ufer: Ein Ort, ein Lebensgefühl.

Es ist schon viel über ihn geschrieben worden, oft war dann von „Kult-Büchchen“ die Rede. Orlando Meffe wirkt davon unbeeindruckt. Wie erklärt er sich seinen Erfolg? „Die Mischung stimmt.“ Vor 13 Jahren hat er den Kiosk in unmittelbarer Nähe zum Ehrenhof übernommen. „War eine gute Entscheidung.“ Allerdings war damals von „Kult“ nicht ein Hauch zu spüren. „Die Bude

„Die Mischung stimmt.“

Orlando Meffe,
„Fortuna-Büchchen“ am
Joseph-Beuys-Ufer

hatte nicht den besten Ruf, Frauen sah man hier eigentlich nie.“ Das ist heute anders, denn gleich zu Beginn hat Meffe ein paar Typen klargemacht, dass sie sich hier zu benehmen haben oder unerwünscht sind. Hat gewirkt. Als er dann immer die Fußballfans zum Stadion radeln sah, kam er mit einem Freund auf die Idee, seinen Kiosk „Fortuna-Büchchen“ zu nennen. Verlockung für einen Stopp vor und nach dem Spiel, Verbeugung vor den Düsseldorfer Kickern gleichermaßen. An 362 Tagen läuft der Betrieb (nur an den beiden Weihnachtstagen und Neujahr macht Orlando Meffe Pause). Im Winter gibt's Glühwein und heiße Schokolade, ganzjährig wird Bockwurst und Frikadelle durchs Büchchenfenster gereicht. Dazu alle „leckere Dröppke“ der Düsseldorfer Hausbrauereien und noch ein paar andere gängige Marken. An diesem Sommerabend sind mittlerweile alle Bänke und das Mäuerchen besetzt, die Partymeile reicht jetzt bis zum Rheingärtchen, und alle gucken in dieselbe

Richtung: Sonnenuntergang. Orlando Meffe wird erst Schluss machen, wenn der letzte Gast sich verabschiedet hat. Geht er selbst oft ins Stadion? „Würde ich ja gern, aber wenn Fortuna spielt, ist vorher und nachher hier der Teufel los.“

Eine portugiesische Insel im Dorf

Ein Dorf, eine Pferdekoppel, viel frische Luft, ein paar Menschen auf der Straße und jeder hat eine Brötchentüte in der Hand. Es ist Samstagmorgen und das Dorf hat ein Ziel: das Büdchen von Jacinta Gardeweg-Gato im Langenfelder Ortsteil Berghausen. Zigaretten, Zeitschriften, Getränke, das alles gibt es hier selbstverständlich. Und mehr. Denn die Besitzerin stammt aus Portugal und deshalb ist ihr Miniladen ein Zipfel Heimat, eine portugiesische Insel: Thunfisch im Glas, Oliven, Meersalz, feines Öl und Wein, lauter Spezialitäten, die importiert werden.

Dazu hält sie all das bereit, was Menschen beim Einkaufen im Supermarkt vergessen oder nach der Urlaubsreise fürs erste Abendessen oder Frühstück brauchen könnten – Marmelade, Butter, Kaffee oder frische Eier, aber auch

„Wenn ihr das Büdchen wollt, dann dürft ihr es nicht vernachlässigen.“

**Jacinta Gardeweg-Gato,
Büdchen in
Langenfeld-Berghausen**

Waschmittel und Zahnbürsten. Und für kleine und große Naschkatzen Weingummi, Lakritz, Marshmallows in Variationen. Leckereien ab fünf Cent das Stück – Glück zum Kauen.

Der Tag von Jacinta Gardeweg-Gato beginnt kurz nach 4 Uhr – „nach maximal vier Stunden Schlaf“. Dann backt sie für ihre Kunden Brötchen, ein Service, der vor allem am Wochenende (ab 7 Uhr, an Wochentagen noch eine Stunde früher) mit Vergnügen angenommen wird, denn dann schätzt das Dorf die kurzen Wege. Ansonsten findet Jacinta Gardeweg-Gato, dass es durchaus besser laufen könnte mit ihrem Büdchen. „Das Geschäft mit den Zeitungen ist in den letzten Jahren eingebrochen und die meisten gehen eben dort einkaufen, wo es billig ist.“ Deshalb hat sie vor einiger Zeit ans Dorf appelliert: „Wenn ihr das Büdchen wollt, dann dürft ihr es nicht vernachlässigen.“ Hat's geholfen? "Durchaus."

Mittlerweile erlaubt sie sich, mittags zwei Stunden Pause zu machen. Dann geht sie mit dem Hund oder genießt es, mal im Sitzen zu essen. Den letzten Urlaub bei der Familie in Portugal hat sie sich gegönnt, bevor sie ihr Büdchen eröffnet hat – das war vor 17 Jahren. „Der Laden ist doch mein Leben.“



Jacinta Gardeweg-Gato in ihrem Büdchen in Langenfeld-Berghausen.



Oleg Newidimenko betreibt das „Lieblingsbüdchen“ am Frankenplatz.



Der Traum von der Selbständigkeit

Dieses Bekenntnis von Jacinta Gardeweg-Gato könnte auch von Oleg Newidimenko stammen. Der Mann hat schon einiges im Leben ausprobiert, ist gelernter Metallbauer und Rettungssanitäter und war zuletzt mit einem Sushi-Taxi unterwegs, „aber ich habe immer von der Selbständigkeit geträumt“, sagt der gebürtige Ukrainer. Ende 2015 wurde aus dem Wunsch Wirklichkeit – mit seinem „Lieblingsbüdchen“ am Frankenplatz in Düsseldorf. Über seine Kunden sagt er: „Die sind Familie.“ Er berichtet von Nachbarn, die schon seit Jahren im selben Haus wohnen, aber sich erst bei ihm kennengelernt und Freundschaft geschlossen haben – ein Kiosk zum Klönen.

Deshalb kann es manchmal ganz schön eng werden in seinem Verkaufsraum, der höchstens 20 Quadratmeter misst. Denn Oleg Newidimenko hält nicht nur die übliche Büdchen-Waren-Palette bereit, er hat auch einen offiziellen Paketshop, was in der Nachbarschaft dankbar angenommen wird – „wo kann ich sonst meine Päckchen bis abends 22 Uhr abholen?“, sagt eine junge Frau, die gerade eine Sendung bekommen hat. So entwickelte sich Newidimenkos Büdchen längst zum Treffpunkt, manche kommen zweimal am Tag („holen morgens Zigaretten,

„Meine Kunden sind Familie.“

**Oleg Newidimenko,
Büdchen am Frankenplatz**

abends ihr Bier“), nehmen Knabbereien mit, bedienen sich aus der großen Eistruhe oder trinken einen Cappuccino auf die Schnelle, „schmeckt super, seit Oleg die neue Kaffeemaschine hat“, so das Urteil von denen, die gerade mit einem heißen Becher auf der Bank vor dem Eingang sitzen.

Eine Institution ist dieser Ort, da sind sich die Stammkunden einig. Und Newidimenko kennt sie alle, manche so gut, dass er ihnen auf den ersten Blick ansieht, ob das ein guter Tag ist. Oder nicht. Wie neulich, als sie erfahren haben, dass eine alte Nachbarin gestorben ist und alle traurig waren. Oder wenn mal Hilfe gebraucht wird: Wie damals, als er gerade seinen alten Verkaufstresen auseinandernehmen wollte. Da fiel einer Kundin ein, dass sie in ihrem Keller ein Brecheisen haben müsste. Den Nachbarn, mit dem sie sich gerade unterhielt, nahm sie zur Suche nach dem Werkzeug gleich mit. Zur Geschichte gehört auch, dass sie dabei gegen einen Kanister mit Motoröl stieß, das ergoss sich über die Lederschuhe des Nachbarn. Der entschied entspannt, den anderen Schuh gleichermaßen zu behandeln: „Vintage-Look.“ Oleg Newidimenko könnte noch etliche solcher Geschichten erzählen ...



Der Presse-Pavillon an der Kö und sein Betreiber Ralf Eisele.

Hier flaniert die Welt vorbei

Ortswechsel zur Königsallee. An Düsseldorfs Boulevard sind selbst die Büdchen auf Exklusivität getrimmt – mit ihrem tannengrünen Nostalgiedesign, das aus den 1930er Jahren stammt. Und überhaupt, was heißt hier „Büdchen“? Ralf Eisele steht in seinem „Presse-Pavillon“ direkt am Corneliusplatz und sieht die Welt vorbei flanieren. „Das Publikum hat sich in den letzten Jahren enorm verändert, nach Düsseldorf kommen ja viel mehr Touristen.“

So gehören zu seiner Kundschaft russische und arabische Stadtbesucher ebenso wie chinesische Reisegruppen. Für die ist der Pavillon ein Magnet, auch weil er Souvenirs auf die Schnelle bietet: eine Schneekugel mit dem Brandenburger Tor, Sticker mit dem Kölner Dom und Düsseldorf mit Kuckucksuhr. „Diese Gruppen sehen zehn Länder in zehn Tagen“, weiß Eisele, und deshalb sind Mitbringsel erwünscht, die möglichst viel Germany vereinen. Dass der Kioskbesitzer fließend Englisch spricht (und ein paar Brocken Französisch und Spanisch), ist bei diesem Kundenkreis Voraussetzung. Auch dass er sich als Auskunftsei versteht und unermüdlich freundlich erklärt, wie man denn in die Altstadt kommt.

„Das Publikum hat sich in den letzten Jahren enorm verändert.“

Ralf Eisele, Presse-Pavillon am Corneliusplatz an der Kö

In besten Zeiten, damals stand sein Pavillon noch auf der anderen Kö-Seite, hatte er 2.000 internationale Zeitungen und Magazine im Angebot, heute sind es maximal 500 Titel. „Die Leute lesen halt weniger Zeitungen, außerdem liefern die Grossisten die ausländische Presse oft erst einen Tag später.“ Seine Stammkunden schätzen die Vielfalt, nehmen die russische Ausgabe der „Vogue“ ebenso mit wie „Paris Match“, die nicht weit entfernt von der deutschen Schachzeitung liegt. Neulich war wieder mal Rudi Völler da. Was der gekauft hat? „Den Kicker.“ Die Baustellen-Jahre für die Wehrhahnlinie waren eine Herausforderung für Ralf Eisele, da wurde sein Kiosk zuweilen arg bedrängt von Baggern und Betonmischern, war zeitweise verdeckt von Containern. Aber der Pavillon behauptete sich – wie schon vor 100 Jahren, als die Rheinbahn hier ihre Fahrgäste mit Erfrischungen versorgte. Welcher Wandel: Vom Milchbüdchen zu einem kleinen Denkmal der Stadtkultur.

Ute Rasch

IHK-Service: Handel digital und analog

NETZWERKE

Die IHK Düsseldorf pflegt den engen und regelmäßigen Kontakt zu Händlern. Ein wichtiges Gremium dafür ist der Einzelhandelsausschuss, in dem sich Unternehmer untereinander und mit der IHK austauschen. Zudem dient er als beratendes Gremium für die IHK-Vollversammlung und die politische Positionsbestimmung der IHK. Unter anderem hat er Positionen zur Düsseldorfer Innenstadtentwicklung 2030 erarbeitet. Außerdem lädt die IHK die Werbegemeinschaften in Düsseldorf und im Kreis Mettmann regelmäßig zu Netzwerktreffen ein. Die Vorstände der Händlerzusammenschlüsse diskutieren und informieren sich über aktuelle Themen im Handel und im Stadtmarketing.

STADTMARKETING UND STADTENTWICKLUNG

Die IHK Düsseldorf unterstützt die Werbegemeinschaften und Stadtmarketingorganisationen bei der Standortentwicklung und -vermarktung. Grundlage für die Stadtmarketingaktivitäten der IHK sind Passanten- und Geschäftsbefragungen. Damit werden individuelle Strategien für die einzelnen Städte oder Stadtteilzentren entwickelt und gemeinsam mit den Akteuren vor Ort umgesetzt. So werden beispielsweise Standortexposés zur Immobilienvermarktung erarbeitet, Notinseln für Kinder eingerichtet und Passanten gezählt. Die IHK unterstützt Händler im Rahmen der Stadtentwicklung auch dabei, ihre Interessen in der Politik durchzusetzen. Das kann der Fall sein, wenn es um die Neugestaltung von Einkaufsstraßen, die Einrichtung von Fußgängerzonen oder die Anpassung von Parkgebühren geht.

DIGITALISIERUNG

Da die Digitalisierung auch die Handelswelt verändert, sucht die IHK Düsseldorf verstärkt den Kontakt zu Onlinehändlern vor Ort – nicht zuletzt, damit sich stationäre Einzelhändler und Onlinehändler austauschen und voneinander lernen können.

Ansprechpartner:
Sven Schulte (Stadtgebiet Düsseldorf)
Telefon 0211 3557-234



schulte@duesseldorf.ihk.de

Ansprechpartnerin:
Tina Schmidt (Kreis Mettmann)
Telefon 0211 3557-441



schmidt@duesseldorf.ihk.de

RECHTLICHE INFORMATIONEN

Wer sich mit einem Kiosk beruflich auf die eigenen Füße stellen möchte, muss zunächst nur ein Gewerbe anmelden. Das ist bei den jeweiligen Gewerbemeldestellen der Städte möglich (weitere Informationen für Düsseldorf zum Beispiel unter www.duesseldorf.de, Suchbegriffe „Gewerbe Anmeldung“). Doch Vorsicht: Wer in seinem Kiosk alkoholische Getränke nicht nur verkaufen, sondern auch zum

Bauen mit System

Schnell, wirtschaftlich
und nachhaltig.

1966 - 2016
50
Jahre
GOLDBECK

Verzehr an Ort und Stelle anbieten möchte, benötigt zusätzlich eine Erlaubnis nach dem Gaststättengesetz. Da reicht schon ein Stehtisch vor dem Kiosk für das Feierabendbier (weitere Informationen zum Beispiel unter www.duesseldorf.de, Suchbegriffe „Gaststätte Erlaubnis“). Auch wichtig: Wenn ein Ladenlokal gemietet und ein Kiosk eingerichtet wird, kann sich unter Umständen auch die Nutzung ändern. Damit kommt die Bauaufsicht ins Spiel, die unbedingt informiert werden muss (weitere Informationen zum Beispiel unter www.duesseldorf.de, Suchbegriff „Bauaufsichtsamt“).

Ansprechpartnerin:

Verena Malarek

Telefon 0211 3557-232



malarek@duesseldorf.ihk.de

GRENZÜBERSCHREITENDER (ONLINE-)HANDEL UND WARENVERKEHR

Die IHK Düsseldorf bietet Beratung und Information von A wie Amazon-Verkäufe in die USA über E wie E-Commerce-Plattformen in China, U wie Umsatzsteuerpflicht in Russland für Anbieter von nicht-russischen Online-diensten bis Z wie Zoll und Export.

Ansprechpartnerin:

Margarete Heiliger

Telefon 0211 3557-221



heiliger@duesseldorf.ihk.de

AUSBILDUNG

Die zahlenmäßig stärksten Ausbildungsberufe im Handel, die von der IHK Düsseldorf betreut werden, sind die Verkäufer und Kaufleute im Einzelhandel. Darüber hinaus gibt es aber auch Buchhändler, Drogisten,

Fotomedienfachleute, Gestalter für visuelles Marketing und Fachkräfte für Lagerlogistik. Und: Der dynamisch wachsende E-Commerce hat 2018 einen eigenen Ausbildungsberuf bekommen, den „Kaufmann für E-Commerce“. Zudem bringt Fortbildung Innovation: Qualifizierungen zum Handelsfachwirt, Wirtschaftsfachwirt oder dem geprüften Betriebswirt können mit MeisterBAföG gefördert werden. Sollte ein Arbeitnehmer oder Bewerber aus dem Ausland kommen, übernimmt die IHK darüber hinaus die Berufsanerkennung.

Ansprechpartnerin:

Monika Robertz

Telefon 0211 3557-346



robertz@duesseldorf.ihk.de

SEMINARE UND LEHRGÄNGE DER IHK-WEITERBILDUNG

Professionelles Verkaufen/Schwerpunkt: Innendienst,
25. September bis 12. März | 5 Module

Professionelles Verkaufen/Schwerpunkt: Außendienst,
25. September bis 12. März | 5 Module

Content-Marketing-Manager/in,
IHK-Zertifikatslehrgang,
26. bis 30. August | 5 Tage

Digital-Sales-Manager/in, IHK-Zertifikatslehrgang,
12. September bis 8. November | 2 Tage

Social-Media-PR Grundlagen,
19. und 20. September | 1 Tag

Online-Marketing-Manager/in, IHK-Zertifikatslehrgang,
7. bis 14. Oktober | 6 Tage

Key-Account-Manager/in, IHK-Zertifikatslehrgang,
24. Oktober bis 13. Dezember | 8 Tage

E-Commerce-Manager/in, IHK-Zertifikatslehrgang,
28. Oktober bis 15. November | 7 Tage

Web-Texte, die beim Leser wirken,
31. Oktober | 1 Tag

**Nichts läuft mehr.
Unser Service hilft!**

Kälte·Klima·Lüftung
41199 Mönchengladbach · Einruhrstr. 88
Tel. 02166 / 9101-0 · Fax 02166 / 10688
E-mail: info@wilmskk.de · www.wilmskk.de

Webseiten mit Word Press erstellen,
4. und 5. November | 2 Tage

Social-Media-PR für Fortgeschrittene,
18. und 19. November | 2 Tage

Online Reputation Management,
19. und 20. November | 2 Tage

Social-Media-Manager/in, IHK-Zertifikatslehrgang,
21. November bis 11. Dezember | 7 Tage

Social-Media-PR für Fortgeschrittene,
18. und 19. November | 2 Tage

Online Reputation Management,
19. und 20. November | 2 Tage

Social-Media-Manager/in, IHK-Zertifikatslehrgang,
21. November bis 11. Dezember | 7 Tage

Social-Media-PR für Fortgeschrittene,
18. und 19. November | 2 Tage

Online Reputation Management,
19. und 20. November | 2 Tage

Social-Media-Manager/in, IHK-Zertifikatslehrgang,
21. November bis 11. Dezember | 7 Tage

Ansprechpartnerin:
Katrin Kühnast
Telefon 0211 17243-33



kuehnast@duesseldorf.ihk.de



Die Karriere nach der Karriere

Für die ein oder andere prominente Persönlichkeit war oder ist das Betreiben eines Kioskes eine berufliche Alternative. Neben dem französisch-italienischen Schlagersänger Ricky Shayne, der eine Zeit lang einen Kiosk in Düsseldorf Flingern hatte, gilt das vor allem für ehemalige Fußballprofis. Hier – ohne Anspruch auf Vollständigkeit und ohne Gewähr – einige Beispiele:

Andre Bischan	u.a. Schalke 04
Norbert Dronia	u.a. MSV Duisburg und Arminia Bielefeld
Matthias Hönerbach	u.a. I. FC Köln
Dirk Kontny	u.a. SG Wattenscheid 09
Ernst Kuzorra	Schalke 04
Uwe Leifeld	u.a. VfL Bochum
Reinhard „Stan“ Libuda	u.a. Schalke 04 und Borussia Dortmund
Rainer Ohlhauser	u.a. FC Bayern München
Willi Schulz	u.a. Schalke 04
Rudolf Stenzel	u.a. I. FC Nürnberg
Alexander Voigt	u.a. I. FC Köln, Borussia Mönchengladbach

**DAS AREAL BÖHLER
IST KEIN GEWERBEPARK
VON DER STANGE.**



AREAL BÖHLER
Hansaallee 321
40549 Düsseldorf
www.arenal-boehler.de

AREAL BÖHLER

WER A SAGT, MUSS AUCH B SAGEN.

- GEWERBEPARK
- INDUSTRIE
- TECHNOLOGIE
- EDELSTAHL
- KONGRESSE
- EVENTS
- ARCHITEKTUR
- KUNST
- MESSEN

AUF SHOPPINGTOUR



Der IHK-Bezirk als Einkaufsstandort



Düsseldorf	345.371	5.065,21	5.293,10	119,4
Erkrath	22.621	342,46	200,55	66,9
Haan	15.359	256,37	206,27	91,9
Heiligenhaus	13.129	192,98	111,50	66,0
Hilden	28.794	433,46	484,85	127,8
Langenfeld	28.099	456,08	419,78	105,2
Mettmann	19.047	298,75	198,23	75,8
Monheim am Rhein	19.386	284,15	235,06	94,5
Ratingen	44.058	730,28	578,03	90,4
Velbert	40.417	577,72	474,50	93,8
Wülfrath	10.346	153,32	122,03	90,9



Einzelhandelrelevante Kaufkraft** 2019



Einzelhandelsumsatz 2019



in Mio. Euro



in Mio. Euro



Zahl der Haushalte*



Zentralitätskenn-
ziffer*** 2019 D=100

* Prognose 2019, Jahresdurchschnitt

** Anteile der Kaufkraft, die für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung stehen

*** ein Maß für die zentralörtliche Stellung einer Stadt/Gemeinde

Die kleinen Lebensmittelgeschäfte* in Deutschland

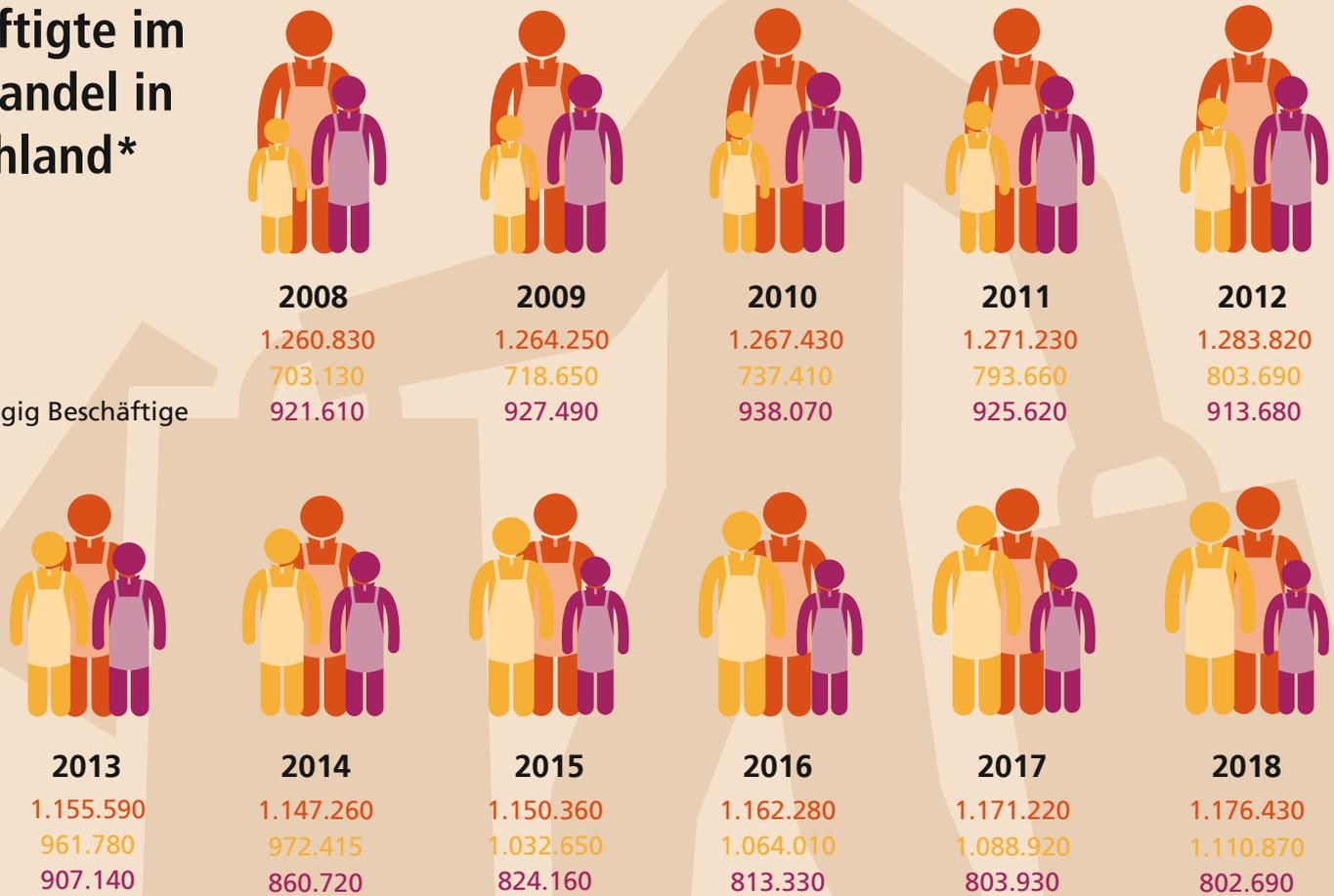
Anzahl ■ Nettoumsatz in Milliarden Euro



* weniger als 400 qm Verkaufsfläche, ein begrenztes Lebensmittelsortiment (Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost sowie Trockensortiment) und ein eingeschränktes Nonfood Sortiment (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung)
Quelle: EHI Retail Institute

Beschäftigte im Einzelhandel in Deutschland*

■ Vollzeit
■ Teilzeit
■ geringfügig Beschäftigte



* jeweils zum 30. September
Quelle: Bundesagentur für Arbeit; Handelsverband Deutschland (HDE)



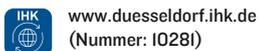
Finanzen & Steuern



Klärungsbedarf

Neue Grundsätze zu Führung und Aufbewahrung zurückgerufen

Das Bundesministerium der Finanzen (BMF) hat die Grundsätze zur ordnungsmäßigen Führung und Aufbewahrung von Büchern, Aufzeichnungen und Unterlagen in elektronischer Form sowie zum Datenzugriff (GoBD) neu gefasst (Schreiben vom 11. Juli 2019) und auf seiner Webseite am 18. Juli 2019 veröffentlicht. Das neue Schreiben enthielt unter anderem Klarstellungen zur Nutzung von Cloud-Systemen, eine Neufassung der Definition, wann eine Einzelaufzeichnung nicht zumutbar ist (offene Ladenkasse, mit Verweis auf § 146 AO) sowie Ergänzungen zum Datenzugriff. Dieses Schreiben wurde nun wegen weiteren Klärungsbedarfs vom BMF kurzfristig wieder von der Webseite genommen. Eine Lösung ist erst Ende September 2019 in Sicht. Aktuelle Informationen über die weitere Entwicklung stehen auf der Internetseite der IHK Düsseldorf unter



zur Verfügung.

Grüne Regel

Regelsteuersatz für Pflanzenlieferungen

Die Lieferung von Pflanzen durch ein Garten- und Landschaftsbauunternehmen bildet mit den damit im Zusammenhang stehenden Gartenbauarbeiten eine einheitliche komplexe Leistung, wenn auf der Grundlage eines Gesamtkonzepts eine Gartenanlage geschaffen wird. In diesem Fall unterliegt auch die Pflanzenlieferung dem Regelsteuersatz.

(Quelle: Urteil des BFH vom 14. Februar 2019, V R 22/17, DStR 2019, 789)

Immer schön vor Ort

Zuständigkeitswechsel bei Abrechnungsbescheiden

Geht die örtliche Zuständigkeit für die Besteuerung – etwa bei einem Umzug oder einer Betriebsverlegung – von einer Finanzbehörde auf eine andere Finanzbehörde über, ist das auch beim Erlass eines Abrechnungsbe-

scheids zu beachten. Dies hat der Bundesfinanzhof (BFH) im Zusammenhang mit Säumniszuschlägen wegen festgesetzter und nicht rechtzeitig gezahlter Einkommensteuer entschieden. Der BFH hat damit seine bisherige Rechtsprechung aufgegeben, nach der für den Erlass eines Abrechnungsbescheids auch nach einem Wechsel der (örtlichen) Zuständigkeit diejenige Finanzbehörde verantwortlich bleiben sollte, die den Anspruch aus dem Steuerschuldverhältnis, um dessen Verwirklichung gestritten wird, festgesetzt hat (so noch BFH-Urteil vom 12. Juli 2011, Az. VII R 69/10, BFHE 234, 114). Die Finanzverwaltung war dem nicht gefolgt. Nach nunmehr geänderter BFH-Rechtsprechung gilt der sogenannte Grundsatz der Gesamtzuständigkeit – auch in Bezug auf die örtliche Zuständigkeit für Steuern vom Einkommen und vom Vermögen natürlicher Personen (§ 19 der Abgabenordnung AO). Das jeweils verantwortliche Finanzamt ist nicht nur für die eigentliche Besteuerung (§§ 134 ff. AO), sondern darüber hinaus auch für die Erhebung (§§ 218 ff. AO) und Vollstreckung (§§ 249 ff. AO) der betreffenden Steuern



und gegebenenfalls auch für die Entscheidung über einen Einspruch (§ 367 Abs. 1 Satz 2 AO) zuständig – und zwar auch dann, wenn sich der Streit auf Jahre bezieht, die vor dem Zuständigkeitswechsel liegen.

(Quelle: BFH, Pressemitteilung Nr. 34 vom 29. Mai 2019, Urteil vom 19. März 2019, Az. VII R 27/17)

25 Euro sind okay

Entgeltklausel für Bankauskünfte zulässig

Insbesondere gewerbliche Bankkunden benötigen bisweilen eine Bankauskunft über ihre Zahlungsfähigkeit und Kreditwürdigkeit für eigene Zwecke, insbesondere wenn sie ihre Bonität nachweisen müssen. Hierfür erheben Kreditinstitute in der Regel gesonderte Gebühren. Das Oberlandesgericht Frankfurt hält eine Entgeltklausel für Bankauskünfte in Höhe eines Betrags von 25 Euro für rechtlich unbedenklich, da es sich bei der Auskunftserteilung durch die Bank um eine zusätzliche

Leistung handelt, die von sonstigen Gebühren, etwa für Kontoführung, nicht abgedeckt ist.

(Quelle: Urteil des OLG Frankfurt vom 24. Mai 2019, Az. 10 U 5/18, Juris online)

Doch kein Arbeitslohn

Übernahme von Steuerberatungskosten

Im Streitfall hatte der Arbeitgeber, bei dem es sich um ein inländisches Tochterunternehmen eines weltweit tätigen Konzerns handelte, mit den nach Deutschland entsandten Arbeitnehmern des Konzerns Nettolohnvereinbarungen abgeschlossen. Der Arbeitgeber übernahm die Kosten für die Erstellung der Einkommensteuererklärungen der entsandten Arbeitnehmer durch eine Steuerberatungsgesellschaft, die der Konzern beauftragte. Die Arbeitnehmer traten ihre Steuererstattungsansprüche an den Arbeitgeber ab. Der Bundesfinanzhof (BFH) entschied: Bei einer derartigen Sachlage stellt die Übernahme der Kosten für die Erstellung der Einkommensteuererklärungen keinen Arbeitslohn dar, da nur der Arbeitgeber von dem wirtschaftlichen Ergebnis der Steuerberatung profitieren konnte. Damit hat der BFH seine bisherige Rechtsprechung (BFH-Urteil vom 21. Januar 2010 – VI R 2/08) aufgegeben. Dabei war es nicht von Bedeutung, dass in dem Streitfall die Arbeitnehmer aus dem Ausland entsandt wurden. Für einen reinen Inlandssachverhalt wäre ebenso zu entscheiden.

(Quelle: BFH, Pressemitteilung Nr. 51 vom 16. August 2019, Urteil vom 9. Mai 2019, Az. VI R 28/17)

Ansprechpartner bei Fragen rund um die Themen Finanzen und Steuern ist bei der IHK Düsseldorf

Dr. Nikolaus Paffenholz
Telefon 0211 3557-240
Telefax 0211 3557-398



paffenholz@duesseldorf.ihk.de



Braucht Ihr Unternehmen einen Wachstumsschub?

Dr. Alina Schick,
Geschäftsführerin, Visioverdis GmbH

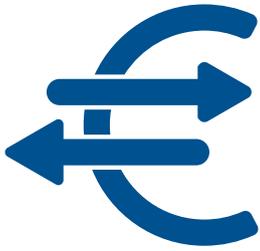
Europa bietet Ihnen ganz neue Möglichkeiten – und neue Märkte.

Dr. Alina Schick fand: „Es ist an der Zeit, dass mein Unternehmen mit meinen Ambitionen mitwächst – und zwar über Deutschland hinaus.“ Sie kontaktierte das Enterprise Europe Network, um alles über die Chancen des Europäischen Binnenmarktes für ihr Unternehmen zu erfahren. Das Enterprise Europe Network versorgte sie mit Kontakten und Tipps, um Tausende potenzieller Kunden in der gesamten EU zu erreichen.

Warum machen Sie es nicht wie Dr. Alina Schick? Die Möglichkeit, Ihr Unternehmen weiterzubringen, liegt in Ihrer Hand.

Unter www.een-deutschland.de erfahren Sie, was das Enterprise Europe Network für Sie tun kann.





Handel



Neue Pflichten im Zahlungsverkehr

E-Commerce-Händler müssen sich schnell umstellen

Die IHK Düsseldorf erinnert daran, dass ab dem 14. September 2019 Zahlungsdienstleister verpflichtet sind, eine sogenannte starke Kundenauthentifizierung durchzuführen. Dazu IHK-E-Commerce-Expertin Tina Schmidt: „Auf Händler kommen damit Änderungen zu. Sie müssen sicherstellen, dass zwei von drei Faktoren zur Authentifizierung ihrer Kunden richtig vorliegen (Zwei-Faktor-Authentifizierung). Geschehen kann dies über einen Gegenstand, den der Kunde besitzt – wie Girocard oder Smartphone, etwas, das der Kunde weiß – zum Beispiel ein Passwort oder eine PIN oder etwas, das dem Nutzer eigen ist – etwa ein biometrischer Nachweis wie der Scan des Fingerabdrucks oder der Iris.“

Bei Kreditkartenzahlungen im Internet räumt die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsauf-

sicht (BaFin) eine Ausnahme der Umsetzungsfrist ein. Die Erleichterungen sind zeitlich befristet. Wann sie auslaufen, wird die BaFin festlegen, nachdem sie die Marktteilnehmer konsultiert und sich mit der Europäische Bankenaufsichtsbehörde und den nationalen europäischen Aufsichtsbehörden abgestimmt hat. (Weitere Informationen dazu unter www.bafin.de, Suchbegriff „Kundenauthentifizierung“.)

Hintergrund hierfür ist die Zahlungsdiensterichtlinie PSD2 (Payment Services Directive 2). Ziel der Richtlinie ist unter anderem, dass bargeldlose Zahlungen innerhalb der Europäischen Union sicherer und Kundendaten besser geschützt werden. Die Umsetzung der Richtlinie in nationales Recht erfolgt zweistufig. Die erste Stufe begann bereits im Januar 2018 und enthielt unter anderem das Verbot von Aufschlägen für unterschiedliche Zahlungsarten. Mit der Pflicht zur Durchführung der „starken Kundenauthentifizierung“ am 14. September 2019 tritt die zweite Stufe in Kraft. Hierdurch kommt es zu Auswirkungen auf den Zahlungsverkehr in allen Branchen, vor allem aber im E-Commerce- und im Touristikbereich. Die „starke Kundenauthentifizierung“ ist zukünftig durchzuführen, wenn der Zahler online auf sein Zahlungskonto zugreift, einen elektronischen Zahlungsvorgang auslöst oder über einen Fernzugang eine Handlung vornimmt, die das Risiko eines Betrugs im Zahlungsverkehr oder anderen Missbrauchs in sich birgt.

Die IHK rät daher allen Online-Händlern, dringend zu prüfen, ob ihre Zahlungsdienstleister richtlinienkonform arbeiten.

Weitere Informationen unter



www.duesseldorf.ihk.de
(Nummer: 4504584)

IHK magazin

Herausgeber und Eigentümer:

Industrie- und Handelskammer zu Düsseldorf,
Ernst-Schneider-Platz 1, 40212 Düsseldorf.

Postanschrift:

Postfach 101017, 40001 Düsseldorf,
Telefon 0211 3557-0
Telefax 0211 3557-401
E-Mail IHKDUS@duesseldorf.ihk.de

IHK im Internet:

www.duesseldorf.ihk.de

Zweigstelle Velbert:

Nedderstraße 6, 42551 Velbert,
Telefon 02051 9200-0
Telefax 02051 9200-30

Redaktion:

Jens van Helden (CvD)
Telefon 0211 3557-268
E-Mail helden@duesseldorf.ihk.de
Antje Mahn
Telefon 0211 3557-205
E-Mail mahn@duesseldorf.ihk.de

Die mit dem Namen des Verfassers oder seinen Initialen gezeichneten Beiträge geben die Meinung des Autors, aber nicht unbedingt die Ansicht der Industrie- und Handelskammer zu Düsseldorf wieder. Nachdruck nur mit Genehmigung der Redaktion. Für unverlangt eingesandte Manuskripte übernimmt die Redaktion keine Gewähr.

Verlag: Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH
Zülpicher Str. 10, 40196 Düsseldorf

Geschäftsführung: Johannes Werle, Patrick Ludwig, Hans Peter Bork, Matthias Körner

Gesamtherstellung und Anzeigenverwaltung:
Sebastian Hofer, Leitung Corporate Publishing
Telefon: 0211 505-2402

E-Mail: sebastian.hofer@rheinische-post.de
Sarina Ihme, Produktmanagement Corporate Publishing
Telefon: 0211 505-2404

E-Mail: sarina.ihme@rheinische-post.de
Anzeigenpreisliste Nr. 10, gültig ab 1. Februar 2019

Das „IHK-Magazin“ erscheint einmal im Monat und kann von den beitragspflichtigen Kammerzugehörigen der IHK Düsseldorf im Rahmen ihrer Mitgliedschaft ohne besonderes Entgelt bezogen werden. Nicht-Kammerzugehörige können das Magazin zum aktuellen Abonnementpreis bei der Rheinischen Post Verlagsgesellschaft mbH beziehen.

Konzept, Gestaltung und Satz:

EGGERT GROUP GmbH & Co. KG, Düsseldorf

Auflage:

40.000 Exemplare

Druck: L.N. Schaffrath GmbH & Co. KG Druckmedien, Geldern

Foto Titel: EGGERT GROUP



Recht



Besser muss es nicht werden

Keine Pflicht zu Schönheitsreparaturen

Eine Klausel in einem Formularymietvertrag, die dem Mieter laufende Schönheitsreparaturen aufbürdet, ist nach ständiger Rechtsprechung dann unwirksam, wenn der Mieter die Wohnung in unrenoviertem oder stark renovierungsbedürftigem Zustand übernommen hat.

Das Oberlandesgericht Dresden hat entschieden: Diese Grundsätze gelten auch für gewerbliche Mietverhältnisse. Eine solche Schönheitsreparaturklausel weicht in unangemessener Art und Weise von der vertraglichen Regelung ab. Denn sie erlegt dem Mieter die Beseitigung von Abnutzungserscheinungen auf, die er nicht zu vertreten hat – und das, ohne ihm dafür eine Kompensation zu gewähren. Auch ein gewerblicher Mieter kann nicht verpflichtet werden, im Falle der Renovierung die Mieträume in einem

besseren Zustand an den Vermieter zurückzugeben, als sie zum Zeitpunkt der Übergabe an ihn hatten.

(Quelle: Beschluss des OLG Dresden vom 6. März 2019, Az. 5 U 1613/18, Grundeigentum 2019, 597)

Big Brother in Maßen

Auswertung der E-Mail-Korrespondenz

Nach einem Urteil des Landesarbeitsgerichts Mainz ist ein Arbeitgeber berechtigt, zur Aufdeckung eines vermuteten Wettbewerbsverstoßes durch einen Arbeitnehmer dessen E-Mail-Korrespondenz auszuwerten – soweit sich die Auswertung auf Kunden beschränkt, die zu einem Wettbewerber des Arbeitgebers gewechselt sind. Demgegenüber stellt die Aus-



THE BUSINESS LAB
LIFE SCIENCE CENTER
DÜSSELDORF

2021
**WIR
GEBEN
IHNEN
RAUM**
FÜR FORSCHUNG
UND VERNETZUNG

MEHR ALS NUR LABORE UND BÜROS:

Bei uns fühlen sich Düsseldorfer Unternehmen aus Life Science und Nachbar Branchen wie zuhause.



**WANN
WERDEN SIE
TEIL UNSERER
HOTSPOTS?**



www.lsc-dus.de

Rheinische Landpartie

Die schönsten Touren für Entdecker!

Alle Inhalte der beliebten Serie – mit den besten Ausflugstipps und Berichten aus der Region – gebündelt in einem Magazin.

148 Seiten mit Ausflugstipps und Berichten aus der Region für 9,80 €



Erhältlich im gut sortierten Buch- und Zeitschriftenhandel und unter rp-online.de/ausflugsziel

wertung privater oder gar höchstpersönlicher E-Mail-Korrespondenz oder privater Unterlagen einen schwerwiegenden und damit unzulässigen Eingriff in dessen Persönlichkeitsrecht dar.

(Quelle: Urteil des LAG Mainz vom 24. Januar 2019, Az. 5 Sa 226/18, Juris PR-ITR 11/2019 Anm. 5)

Und es hat „Rums“ gemacht Beschädigung eines Kundenfahrzeugs

Wird ein von einem Kunden auf dem Parkplatz einer Autowerkstatt abgestellter Pkw beschädigt, haftet der Werkstatthaber für den Schaden – aber nur, wenn der Kunde nachweist, dass ein Mitarbeiter dafür verantwortlich ist. Nach Auffassung des Landgerichts Saarbrücken handelt die Werkstatt jedenfalls dann grundsätzlich nicht sorgfaltswidrig, wenn Kundenfahrzeuge auf einem Teil des Betriebsgeländes, der der Öffentlichkeit zugänglich ist, abgestellt werden. Allerdings gilt das nur, wenn der vorhandene, abgeschlossene Teil des Betriebsgeländes nicht ausreicht, alle Fahrzeuge unterzubringen,

(Quelle: Urteil des LG Saarbrücken vom 22. März 2019, Az. 13 S 149/18, Wirtschaftswoche Heft 25/2019, Seite 86)

Wegen neuer Strukturen Kündigung eines schwerbehinderten Arbeitnehmers

Ein Arbeitgeber ist beim ersatzlosen Wegfall eines Arbeitsplatzes im Rahmen einer Umstrukturierung des Betriebs berechtigt, auch gegenüber einem schwerbehinderten Arbeitnehmer eine betriebsbedingte Kündigung auszusprechen, wenn keine anderweitige geeignete Weiterbeschäftigungsmöglichkeit besteht. Der Arbeitgeber ist nicht verpflichtet, für den Schwerbehinderten einen Arbeitsplatz zu schaffen oder zu erhalten, den er nach seinem Organisationskonzept nicht mehr benötigt.

(Quelle: Urteil des BAG vom 16. Mai 2019, Az. 6 AZR 329/18, Pressemitteilung des BAG)

Wer soll urteilen?

Kündigung eines Fremdgeschäftsführers

Fremdgeschäftsführer, also Geschäftsführer einer GmbH, die nicht Gesellschafter sind, sind nach Auffassung des Bundesarbeitsgerichts in aller Regel weder Arbeitnehmer noch arbeitnehmerähnliche Personen, vielmehr sind sie „arbeitgeberähnlich“. Daher sind im Fall der Kündigung des Geschäftsführerverhältnisses und für die Geltendmachung von Vergütungsansprüchen nicht die Arbeitsgerichte, sondern die Zivilgerichte (Amtsgericht beziehungsweise Landgericht) sachlich zuständig.

(Quelle: Beschluss des BAG vom 21. Januar 2019, Az. 9 AZB 23/18, Juris PR-ArR 21/2019 Anm. 1)

Zuviel getrommelt

Getarnte Werbung durch „Influencer“

Das Oberlandesgericht Frankfurt untersagte einem sogenannten „Influencer“ die Veröffentlichung von getarnter Werbung über den Internetdienst Instagram. Empfiehlt ein „Influencer“ ein Produkt, ohne den kommerziellen Zweck kenntlich zu machen, stellt dies unter Umständen verbotene getarnte Werbung dar. Voraussetzung ist, dass er sich hauptberuflich mit dem Geschäftsbe- reich des Produkts beschäftigt und geschäftliche Beziehungen zu den Unternehmen unterhält, deren Produkte er empfiehlt.

(Quelle: Beschluss des OLG Frankfurt vom 28. Juni 2019, Az. 6 W 35/19, Juris online)

Ansprechpartner bei Fragen rund um das Thema Recht ist bei der IHK Düsseldorf

Dr. Nikolaus Paffenholz
Telefon 0211 3557-240
Telefax 0211 3557-398



paffenholz@duesseldorf.ihk.de



Veranstaltungen

ändert sich regelmäßig. Nur wer sich auf dem Laufenden hält, kann seine rechtlichen Möglichkeiten ausschöpfen, trifft bei der Gestaltung von Arbeitsverträgen langfristig richtige Entscheidungen und vermeidet Risiken. Die Veranstaltung bietet kompakte Überblicke unter anderem zu folgenden Themen: befristete und unbefristete Arbeitsverträge, Arbeitszeit, Arbeitsort, flexible Vergütungen, Überstunden, Urlaub, Geschäftsgeheimnisse und Ausschlussfristen. Referent ist Stefan Haas, Fachanwalt für Arbeitsrecht. Ansprechpartner bei der IHK Düsseldorf ist Verena Malarek, Telefon 0211 3557-359,



malarek@duesseldorf.ihk.de

Netzwerktreffen Neanderland

Um barrierefreien Tourismus geht es in einer Veranstaltung des Netzwerktreffens Neanderland. Wie der funktioniert, erklären am 18. September Linn Inga Bach von Tourismus NRW e. V. und Guido Frank von Freiheitswerke für das Projekt „Reisen für Alle“, das bundesweite Zertifizierungssystem für barrierefreien Tourismus. Gemeinsam mit den Experten wird die Frage diskutiert, wie allen Gästen ein entspannter Aufenthalt im Neanderland geboten werden kann.

Das Sachgebiet Tourismus des Kreises Mettmann organisiert zusammen mit den Partnern IHK Düsseldorf und Dehoga Nordrhein e.V. regelmäßige Netzwerktreffen. Ansprechpartnerin bei der IHK Düsseldorf ist Friederike Helle, Telefon 0211 3557-279,



helle@duesseldorf.ihk.de

Reisekomfort vom ersten bis zum letzten Augenblick – Reisen für Alle, 18. September, Neanderthal Museum, Talstraße 300, 40822 Mettmann, kostenlos, Anmeldung unter www.neanderland.de/fuertouristiker/

Update Arbeitsvertragsgestaltung

Das Arbeitsrecht setzt sich aus vielen Regelungen zusammen, die Rechtsprechung dazu

Update Arbeitsvertragsgestaltung, 8. Oktober, 15 bis 18 Uhr, IHK Düsseldorf, Ernst-Schneider-Platz 1, 40212 Düsseldorf, 18 Euro für IHK-Mitglieder, 23 Euro für Nicht-Mitglieder, es erfolgt keine separate Anmeldebestätigung, Anmeldung unter



www.duesseldorf.ihk.de
(Nummer: I19127809)

7. Düsseldorfer Pitch-Party

Die Wirtschaftsjunioren Düsseldorf laden ein zur 5. Düsseldorfer Pitch-Party am 27. September, 18.30 Uhr. Erneut erhalten Jungunternehmer und Gründungsinteressierte eine Bühne, um das Publikum in wenigen Minuten von ihrer Geschäftsidee zu überzeugen. Der beste Pitch wird mit der „Goldenen Flüstertüte“ und Sachpreisen prämiert. Im Anschluss haben Teilnehmer und Zuschauer Gelegenheit, Kontakte zu anderen Gründern, Investoren, Unternehmern und potenziellen Geschäftspartnern zu knüpfen. Der Besuch der Veranstaltung ist kostenlos. Weitere Infos sind unter www.pitchparty.de zu finden.

7. Düsseldorfer Pitch-Party, 27. September, 18 Uhr, im Casino Süd der Henkel AG & Co. KGaA, Henkelstraße 67, 40589 Düsseldorf, Kostenlos, Anmeldung unter www.pitchparty.de

Termine

AUSSENWIRTSCHAFT SEPTEMBER – OKTOBER 2019

10. September	Unternehmertreffen Medizintechnik NRW-Japan zum Thema Künstliche Intelligenz im Gesundheitswesen (Veranstaltung in Sankt Augustin)
15. bis 20. September	Unternehmerreise „Start-up USA – NRW“: New York City und Boston
17. September	Successful Business in Germany: Vergaberecht in Deutschland (für chinesische Unternehmen, in chinesischer Sprache)
25. September	Internes Kontrollsystem in der betrieblichen Zollsachbearbeitung
25. September	Workshop: Going International – Fragen und Antworten zum Auslandsgeschäft
25. September	Der Zollbeauftragte und seine Haftung für Pflichtverletzungen
2. Oktober	Workshop: Entsendung von Arbeitnehmern von Polen nach Deutschland und von Deutschland nach Polen
7. Oktober	Workshop: Neue Absatzchancen in Österreich
7. Oktober	Beratungsgespräche: Hermesdeckungen in der Praxis
7. Oktober	Beratungsgespräche: Investitionsgarantien des Bundes
8. Oktober	Förderwerkstatt Japan (individuelle Gesprächsrunden)
8. Oktober	Einreihung von Waren im Außenhandel
9. Oktober	Steuer-Update USA
10. bis 13. Oktober	Düsseldorfer Tage in Moskau
21. Oktober	Treffen mit jordanischen Unternehmern aus der Kunststoffindustrie

Informationen: Margarete Heiliger,
Telefon 0211 3557-221
E-Mail: heiliger@duesseldorf.ihk.de

Alle Außenwirtschaftstermine sind im Internet unter www.duesseldorf.ihk.de (Nummer 8745) zu finden.

Existenzgründung

9. September Alt hilft Jung Seite 53
und 14. Oktober



Weiterbildung



So meistern wir die Digitalisierung

Gemeinsame Initiative von IHK, Arbeitsagentur und DGB

„Die Digitalisierung ist in aller Munde und dehnt sich unaufhaltsam in alle Arbeits- und Lebensbereiche aus. Wir stellen aber fest, dass die Begriffe ‚Digitalisierung‘ oder ‚Digitale Transformation‘ bei Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern eher Ängste und Unverständnis denn Begeisterung im Sinne von ‚auf zu neuen Ufern‘ auslösen. Diese Ängste, dieses Unverständnis wollen wir gemeinsam mit der Agentur für Arbeit in Düsseldorf und dem DGB Region Düsseldorf-Bergisch Land schrittweise lösen, indem wir die Basics der Digitalisierung vermitteln“, mit diesen Worten erklärt IHK-Hauptgeschäftsführer Gregor Berghausen Zweck und Ziel der gemeinsamen Initiative „Digitalisierung meistern“.

Denn die Digitalisierung werde dazu führen, dass einerseits Jobs wegfallen, andererseits aber auch neue entstehen. Es sei allerdings kaum möglich, schon jetzt den Bedarf im Detail zu prognostizieren. Gleichzeitig ist und wird der Fachkräftemangel über alle Branchen virulent. „Wir können es uns also gar nicht leisten, auf hervorragend qualifizierte Fachkräfte zu verzichten, wir müssen diesen aber gezielt Chancen der Digitalisierung aufzeigen und ihnen erklären, wie sie diese für sich nutzen können“, so Berghausen.

Sigrid Wolf, Geschäftsführerin DGB-Region Düsseldorf-Bergisch Land, ergänzt: „Die Digitalisierung macht vor keiner Branche halt und

durchzieht auch unser Privatleben. Damit die Menschen in der Lage sind, mit diesem Wandel Schritt zu halten, müssen sie die nötige Weiterbildung erhalten. Das wird uns nur gelingen, wenn wir mehr in betriebliche Weiterbildung investieren. Zum Glück machen immer mehr Unternehmen einen Sinneswandel durch und verstehen, dass Weiterbildung nicht nur ein Kostenfaktor ist, sondern eine Investition in die Zukunft. Sie müssen ein Interesse an gut qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern haben. Lebensbegleitendes Lernen darf kein Schlagwort bleiben, sondern muss Eingang finden in die betriebliche Realität.“

Die IHK hat dazu in einem ersten Schritt das modulare Weiterbildungs-Konzept „Digitalisierung meistern“ zur Sensibilisierung von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern entwickelt. Dieses richtet sich an die Zielgruppe von (beruflich) qualifizierten Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern, die in ihren Arbeitsbereichen bisher wenig von den Veränderungsprozessen der digitalen Arbeitswelt betroffen waren und in der Regel IT in erster Linie als Arbeitsinstrument nutzen. Wesentlich für dieses Bildungsangebot ist, dass nach Absolvieren der vier Module eine höhere Transparenz über die digitalen Veränderungsprozesse bei den Teilnehmenden bestehen und auf Basis der Erkenntnisse eine weitergehende Beratung im Hinblick auf Anpassungs- und gegebenenfalls

weitere Qualifizierungsangebote möglich sein sollte (Stichwort: Digitale Souveränität).

Diesen Weg beschreitet auch die Arbeitsagentur. Dazu Birgitta Kubsch-von Harten, Vorsitzende der Geschäftsführung der Agentur für Arbeit Düsseldorf: „Wir befinden uns mitten in einem Strukturwandel auf dem Arbeitsmarkt. Unternehmen und Beschäftigte treibt die Sorge um, wie sich Berufsfelder und Tätigkeiten verändern werden und fragen sich, wie es gelingt, sich zukunftsorientiert aufzustellen. In den Beratungsgesprächen in der ‚Lebensbegleitenden Berufsberatung‘ spüren wir zunehmend eine gewisse Verunsicherung. Gerade deswegen sind solche Angebote wie das modulare Lehrgangs-Konzept ‚Digitalisierung meistern‘ sinnvoll und zeitgemäß. Wenn aus solchen Angeboten oder unseren Beratungen Weiterbildungsbedarfe identifiziert werden, kommt das neue Qualifizierungschancengesetz ins Spiel. Das Qualifizierungschancengesetz, das zu Beginn des Jahres in Kraft getreten ist, schafft neue und gute Rahmenbedingungen.“ Weitere Informationen zu den Seminaren unter



www.duesseldorf.ihk.de
(Nummer: 119127726)

Seminare und Lehrgänge im Oktober

TECHNIKEN DER KOMMUNIKATIONSPSYCHOLOGIE IM BERUF – „DER KOMMUNIKATIONSPROFI“ IHK-ZERTIFIKATSLEHRGANG

Im Lehrgang „Der Kommunikationsprofi“ werden die Grundlagen der Kommunikationspsychologie und moderne Umgangsformen vermittelt. Durch Vorträge und viele praktische Übungen lernen die Teilnehmer, auf ganzer Linie zu überzeugen. Dabei richtet sich diese Qualifizierung an alle Fach- und Führungskräfte, die ihre Wirkung auf Mitmenschen verbessern wollen.
1.10.-3.12., 9-16.30 Uhr
1.450 Euro 198RPZXXD002

PROFESSIONELLES TELEFONIEREN

Verkaufen ist ein zentraler Bestandteil in der Wirtschaft. In diesem Modul 2 des IHK-Zertifikatslehrgangs „Professionelles Verkaufen“ geht es darum, auf die Bedürfnisse des Kunden einzugehen und sich professionell zu präsentieren. Denn ein guter Verkäufer versteht es, Einwände zu entkräften und ein Geschäft abzuschließen. Der IHK-Zertifikatslehrgang „Professionelles Verkaufen“ schult die Fähigkeiten im Vertrieb und macht fit für den Innen- und/oder Außendienst. 9.+10.10., 9-16.30 Uhr
395 Euro 198VKXXD042

FACHFRAU/-MANN FÜR BETRIEBLICHES GESUNDHEITSMANAGEMENT

Die Teilnehmer werden für organisatorische und koordinative Aufgabenfelder des betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGM) qualifiziert. Sie erhalten grundlegendes Fachwissen zum BGM und erkennen die Schnittstellen zwischen strukturierter, betrieblicher Gesundheitsförderung und einem betrieblichen Gesundheitsmanagement. Sie lernen, welche Möglichkeiten es gibt, wann deren Einsatz sinnvoll ist, welche wirtschaftlichen Folgen die Gesundheitsförderung hat, welche Personen und Institutionen eine Rolle spielen und wie die Gesundheitsförderung kostengünstig und effizient im Unternehmen eingeführt und umgesetzt werden kann.
11.10.-6.12., 8x, 9-16 Uhr
1.160 Euro/1.060 Euro** 198GWZXXD002

KEY-ACCOUNT-MANAGER/IN IHK-ZERTIFIKATSLEHRGANG

Key-Account-Management ist eine komplexe Aufgabe. Es gilt, Kunden, die wichtig für das Unternehmen sind (Key-Accounts), an das Unternehmen zu binden. Der Key-Account-Manager betreut diese Kunden und sorgt dafür, dass die Zusammenarbeit reibungslos

abläuft. Dazu benötigt er neben Know-how Kenntnisse in Vertrieb und Verkauf.

24.10.-13.12., 7x, 9-16.30 Uhr
1.390 Euro/1.250 Euro** 198VKZXXD010

NEU DIGITALISIERUNG MEISTERN IHK-ZERTIFIKATSLEHRGANG

Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer benötigen ein grundlegendes Verständnis dafür, wie die digitale Welt aufgebaut ist und wie sie sich auf ihren Aufgabenbereich und ihren Arbeitsplatz auswirken kann. Nur so können sie im digitalen Wandel mithalten. Mit dem neuen IHK-Zertifikatslehrgang werden die digitale Grundkompetenzen vermittelt. Dabei geht es nicht um die Handhabung von Laptop, Tablet und Co., sondern um die Vermittlung von Kenntnissen, die ein eigenständiges und gezieltes Arbeiten im digitalen Umfeld ermöglichen. Am Ende des Lehrgangs verfügen die Teilnehmer über die wichtigsten wirtschaftlich bedeutenden Grundlagen, um den Wandel ihres Arbeitsplatzes aktiv mitzugestalten.
31.10.-14.12., versch. Tage 9-16.30 Uhr, 18-21.15 Uhr
1.575 Euro/1.475 Euro** 198DIZDMD001

** = Preis für Frühbucher. (Anmeldung mindestens 30 Tage vor Seminarbeginn. Maßgeblich ist der Poststempel.)

AUSBILDERQUALIFIZIERUNG

Auszubildende beurteilen *2
7.10., 9-16.30 Uhr
265 Euro 198ADAXXD002

VORSCHAU:

Ausbildung der Ausbilder – Vorbereitung auf die Prüfung *2
16.11.-14.12., 5x Sa, 8-17 Uhr
545 Euro 198ADAXXD014

AUSSENWIRTSCHAFT UND ZOLL

Exporttechnik II: Abwicklung von Exportgeschäften einschließlich Binnenmarkt (EU) *7
7.10., 9-16.30 Uhr
285 Euro 198AWXXD010

Meldevorschriften im Zahlungsverkehr mit dem Ausland *7
28.10., 9-16.30 Uhr
275 Euro/240 Euro** 198AWXXD016

Zollintensivseminar Export und Ursprung: Elektronische Ausfuhr-Anmeldung, Ursprungsregeln und Ursprungsnachweise *7
30.+31.10., 6.+7.11., 16-20 Uhr
495 Euro/455 Euro** 198AWXXD011

VORSCHAU:

Exporttechnik III: Praktische Übungen in der Erstellung kompletter Versand- und Zollpapiere für EU und Drittländer *7

4.11., 9-16.30 Uhr
285 Euro/260 Euro** 198AWXXD012

AUSZUBILDENDE VORBEREITUNG AUF DIE PRÜFUNG

Industrie Kaufmann/-frau *1
21.10.-25.10., mo-fr, 9-16 Uhr
265 Euro/240 Euro** 198AZIKXD049

Automobil Kaufmann/-frau, Teil I *1
29.10.-19.11., 4x di, 18-21 Uhr
175 Euro/160 Euro** 198AZAUXD050

SEMINARE FÜR AUSZUBILDENDE

Azubitaining New Work: Teamkompetenz im digitalen Wandel *1
8.10., 9-16.30 Uhr
185 Euro 198AZXXD022

Schwer auf Draht – Telefontraining *1
30.10., 9-16.30 Uhr
185 Euro/150 Euro** 198AZXXD024

BEWACHUNGSGEWERBE

Unterrichtung nach § 34 a der Gewerbeordnung für Bewachungspersonal *5
7.-11.10., 8.30-16.30 Uhr
422 Euro 198BGPXXD017

21.-25.10., 8.30-16.30 Uhr
422 Euro 198BGPXXD018

VORSCHAU:

Intensivlehrgang zur Vorbereitung auf die Sachkundeprüfung *5
4.-8.11., 8.30-16.30 Uhr
395 Euro/375 Euro** 198BGLXXD006

BÜROMANAGEMENT UND SEKRETARIAT

Chefentlastung 4.0 *7
4.10., 9-16.30 Uhr
285 Euro 198SPXXD023

Praktische Psychologie für den Arbeitsalltag *7
10.+11.10., 9-16.30 Uhr
395 Euro/355 Euro** 198SPXXD024

Office- und Zeitmanagement *7
28.+29.10., 9-16.30 Uhr
395 Euro/375 Euro** 198SPXXD025

DATENSCHUTZ

VORSCHAU: Betrieblicher Datenschutzbeauftragter IHK-Zertifikatslehrgang *5
12.11.-21.11., versch. Wochentage, 9-17 Uhr
1.250 Euro/1.190 Euro** 198DSZXXD003

DIGITALISIERUNG

NEU: Digitalisierung meistern IHK-Zertifikatslehrgang *1
31.10.-14.12., verschiedene Tage 9-16.30 Uhr, 18-21.15 Uhr
1.575 Euro/1.475 Euro** 198DIZDMD001

EXISTENZGRÜNDUNG

Basisseminar: Existenzgründung *3
12.10., 8.30-16.30 Uhr
105 Euro 198EXXXD017
oder
19.10., 8.30-16.30 Uhr
105 Euro 198EXXXD018

FÜHRUNG UND COACHING

Mitarbeiterführung (Teil I): delegieren, loben, kritisieren *2
7.-8.10., 9-16.30 Uhr
395 Euro 198PFXXD010
Gestern Mitarbeiter – heute Führungskraft *2
28.+29.10., 9-16.30 Uhr
395 Euro/375 Euro** 198PFXXD011

NEU

VORSCHAU:

Der Weg zur agilen Führung – Herforder Weg zur agilen Führung – Herforder Weg zur agilen Führung *2
20.+21.11., 9-16.30 Uhr
415 Euro/395 Euro** 198PFXXD016

GESUNDHEIT

Betriebliches Gesundheitsmanagement – Voraussetzungen und rechtliche Rahmenbedingungen	*2
1.10., 17-20.15 Uhr	
135 Euro/125 Euro**	198GWXXD008
Fachfrau/-mann für betriebliches Gesundheitsmanagement	*2
IHK-Zertifikatslehrgang	
11.10.-6.12., 8x 9-16 Uhr	
1.160 Euro/1.060 Euro**	198GWZXXD002
Gefährdungsbeurteilung psychischer Belastungen – Durchführung und Handlungshilfen	*2
16.10., 17-20.15 Uhr	
135 Euro/125 Euro**	198GWXXD009
Betriebliches Gesundheitsmanagement – Projektplanung zur erfolgreichen Einführung	*2
30.10., 17-20.15 Uhr	
135 Euro/125 Euro**	198GWXXD010

IMMOBILIENWIRTSCHAFT

Nebenkostenabrechnung in der Mietverwaltung	*1
28.10., 9-16.30 Uhr	
265 Euro/230 Euro**	198IMNKXD006
Jahresabrechnung und Wirtschaftsplan in der Eigentumsverwaltung	*1
29.10., 9-16.30 Uhr	
265 Euro/230 Euro**	198IMJWXD007

KOMMUNIKATION UND RHETORIK

Techniken der Kommunikationspsychologie im Beruf – "Der Kommunikationsprofi"	*7
IHK-Zertifikatslehrgang	
1.10.-3.12., 9-16.30 Uhr	
1.450 Euro	198RPXXD002
Überzeugende Rhetorik (Modul I des IHK-Zertifikatslehrgangs "Techniken der Kommunikationspsychologie im Beruf – der Kommunikationsprofi")	*7
1.+2.10., 9-16.30 Uhr	
395 Euro	198RPXXD013
oder	
29.+30.10., 9-16.30 Uhr	
395 Euro	198RPXXD018
Den eigenen Auftritt optimieren	*7
8.10., 9-16.30 Uhr	
285 Euro	198RPXXD014
NEU	
Manipulative Rhetorik und geeignete Gegenmittel	*7
8.10., 9-16.30 Uhr	
285 Euro	198RPXXD015

Erfolgreich verhandeln mit funktionaler Kommunikation	*7
21.+22.10., 9-16.30 Uhr	
395 Euro/375 Euro**	198RPXXD016
Die Chance einer Beschwerde	*7
24.10., 9-16.30 Uhr	
285 Euro/260 Euro**	198RPXXD017

PC-ANWENDUNGEN

Power Point 2013/2016 – Aufbaustufe	*5
7.+8.10., 9-16.30 Uhr	
295 Euro	198PCXXD045
Outlook 2016 – Kompaktseminar	*5
9.10., 9-16.30 Uhr	
195 Euro	198PCXXD046
Projektmanagement mit Excel	*5
11.+12.10., 9-16.30 Uhr	
295 Euro	198PCXXD047
Power Point 2013/2016 – Grundlagen	*5
28.+29.10., 9-16.30 Uhr	
295 Euro/275 Euro**	198PCXXD048

VORSCHAU:

Format- und Dokumentvorlagen in Word	*5
6.11., 15.15-18.30 Uhr	
95 Euro/85 Euro**	198PCXXD049
VORSCHAU:	
Microsoft Office-Anwender/-in IHK-Zertifikatslehrgang	*5
8.11.-14.12., versch. Wochentage, 9-17.15 Uhr	
765 Euro	198PCXXD002

VORSCHAU:

Business Intelligence mit Excel	*5
9.+11.11., 9-16.30 Uhr	
390 Euro/350 Euro**	198PCXXD063

PROJEKTMANAGEMENT

Erfolgreich in Projekten arbeiten – Tools und Tipps für eine effiziente Koordination (Projektleitung) und Abwicklung (Projektmitarbeit)	*7
9.+10.10., 9-16.30 Uhr	
395 Euro/375 Euro**	198PMXXD004
Projektmanager	*7
IHK-Blended-Learning-Zertifikatslehrgang	
29.10.-3.12., 9-16.30 Uhr	
1.290 Euro/1.250 Euro**	198PMZXXD005
VORSCHAU:	
Agiles Projektmanagement	*7
9.+10.12., 9-16.30 Uhr	
395 Euro/375 Euro**	198PMXXD006

SOCIAL-MEDIA & ONLINE-MARKETING

Online-Marketing-Manager/in IHK-Zertifikatslehrgang	*5
7.-14.10., 6x, 9-18 Uhr	
1.390 Euro	198MADZXD014
Podcasts strategisch und nachhaltig konzipieren	*5
22.+23.10., 9-16.30 Uhr	
395 Euro/375 Euro**	198MADZXD004
E-Commerce-Manager/in IHK-Zertifikatslehrgang	*5
28.10.-15.11., 7x, 9-17 Uhr	
1.390 Euro/1.290 Euro**	198MADZXD012
Web-Texte, die beim Leser wirken	*5
31.10., 9-16.30 Uhr	
265 Euro/230 Euro**	198MADZXD010
VORSCHAU:	
Webseiten mit Word Press erstellen	*5
4.+5.11., 9-16.30 Uhr	
395 Euro/375 Euro**	198MADZXD014
VORSCHAU:	
Social-Media-PR für Fortgeschrittene	*5
18.+19.11., 9-16.30 Uhr	
395 Euro/375 Euro**	198MADZXD012

TELEFON

Erfolgreich im Kundendialog – per Telefon und per E-Mail	*6
9.+10.10., 9-16.30 Uhr	
395 Euro	198TLXXD005
VORSCHAU:	
Neukundenakquise per Telefon	*6
25.+26.11., 9-16.30 Uhr	
395 Euro/355 Euro**	198TLXXD006

VERKAUF

Professionelles Telefonieren – (Modul 2 des IHK-Zertifikatslehrgangs "Professionelles Verkaufen")	*6
9.+10.10., 9-16.30 Uhr	
395 Euro	198VKXXD042
Umsatz-Stärke durch digitale Geschäftsprozesse	*6
24.10., 9-16.30 Uhr	
285 Euro/260 Euro**	198VKXXD005
Key-Account-Manager/in IHK-Zertifikatslehrgang	*6
24.10.-13.12., 56 UStd., 7 Termine, 9-16.30 Uhr	
1.390 Euro/1.250 Euro**	198VKZXD010
Verkaufen Face to Face (Modul 3 des IHK-Zertifikatslehrgangs "Professionelles Verkaufen")	*6
30.+31.10., 9-16.30 Uhr	
395 Euro/355 Euro**	198VKXXD043

VORSCHAU:

Schwierige Gesprächssituationen – (Modul 4 des IHK-Zertifikatslehrgangs "Professionelles Verkaufen")	*6
13.+14.11., 9-16.30 Uhr	
395 Euro/355 Euro**	198VKXXD044

VORSCHAU:

Überzeugend präsentieren – Digitalisierung im Vertrieb	*6
13.+14.11., 9-16.30 Uhr	
395 Euro/375 Euro**	198VKXXD006

VORSCHAU:

Verkaufsabschluss und Zusatzverkauf (Modul 5 des IHK-Zertifikatslehrgangs "Professionelles Verkaufen")	*6
27.+28.11., 9-16.30 Uhr	
395 Euro/355 Euro**	198VKXXD045

INFORMATIONEN:

Catherine Grünewald	*1
Telefon 0211 17243-32	
Gudrun Busse	*2
Telefon 0211 17243-36	
Rudolf Fuchs	*3
Telefon 0211 17243-31	
Christian Pelzl	*5
Telefon 0211 17243-30	
Anke Dittmann	*6
Telefon 0211 17243-38	
Petra Wanke	*7
Telefon 0211 17243-35	

ANMELDUNG

Telefax 0211 17243-39
E-Mail forum@duesseldorf.ihk.de
www.duesseldorf.ihk.de

VERANSTALTUNGSORT FÜR DIE SEMINARE:

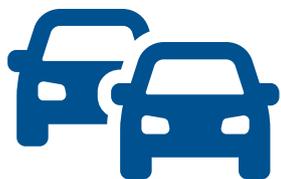
IHK Düsseldorf (IHK-Forum)
Karlstraße 88, 40210 Düsseldorf
Telefon 0211 17243-33,
Telefax 0211 17243-39
E-Mail teupen@duesseldorf.ihk.de

** = Preis für Frühbucher. (Anmeldung mindestens 30 Tage vor Seminarbeginn. Maßgeblich ist der Poststempel.)

Förderungen über Bildungsscheck oder Bildungsprämie sind möglich. (www.bildungspraemie.info, www.bildungsscheck.nrw.de)

Alle Kurse sind zertifiziert durch Lloyd's Register Quality Assurance nach DIN EN ISO 9001, ebenfalls zugelassen nach AZAV.

Die IHK Düsseldorf weist daraufhin, dass verschiedene Lehrgänge und Seminare auch von privaten Veranstaltern im Kammerbezirk angeboten werden.



Verkehrsinfarkt durch dritte Umweltspur?

IHK befürchtet Probleme vor allem in der Rushhour

„Wir unterstützen die Stadtverwaltung ausdrücklich in ihrem Bemühen, Fahrverbote in der City zu vermeiden. Wir begrüßen ferner, dass der Ausbau von Park- und Ride-Flächen ebenso auf der städtischen Agenda angekommen ist wie die Verdichtung des ÖPNV-Takts. Beides wird allerdings nicht von heute auf morgen zu haben sein“, erklärt IHK-Hauptgeschäftsführer Gregor Berghausen anlässlich des Beschlusses zur dritten Umweltspur, die im Herbst eingerichtet werden soll. Die IHK gibt jedoch zu bedenken, dass diese sehr viel längere Umweltspur auf einer der Haupteinfallstraßen zunächst vom Südpark bis zur Färberstraße ohne funktionsfähige Umsteigemöglichkeiten auf den ÖPNV oder alternative Verkehrsmittel einen Verkehrsinfarkt vor allem in der verkehrsreichen Rushhour auslösen werde. „Dabei haben wir vor allem die Erreichbarkeit der Stadt für den gewerblichen und Lieferverkehr im Blick, aber auch die Erreichbarkeit der innerstädtischen Arbeitsplätze. Nimmt man dazu



Die Rheinbahn-Haltestelle Südpark

noch die angekündigte, mehrjährige Sanierung der Fleher Brücke hinzu, sind gleich zwei Hauptverkehrsadern in die Stadt nur noch eingeschränkt befahrbar“, so Berghausen. Das alles werde Zeit, Geld und vor allem Nerven kosten.

Die IHK appelliert daher an alle Pendler, denen der Umstieg auf den ÖPNV oder alternative Verkehrsmittel möglich ist, diesen auch zu nutzen, um so denjenigen zu helfen, die keine Ausweichmöglichkeiten hätten. „Der ÖPNV ist heute partiell schon eine kostengünstige Variante, um bequem von A nach B zu kommen. Hierbei helfen zum Beispiel auch das Firmenticket oder unternehmensinterne Pool-Lösungen, mit denen Fahrgemeinschaften gebildet werden können.“

Unternehmern empfiehlt die IHK, sich an der Mobilitätspartnerschaft zu beteiligen, einer gemeinsamen Initiative der Düsseldorfer Wirtschaft und der Landeshauptstadt Düsseldorf mit dem Ziel, die Luftqualität in Düsseldorf zu

verbessern. Mitglied der Mobilitätspartnerschaft können alle Unternehmen werden, die sich zur effizienten und umweltgerechten Mobilität in ihrem Unternehmen bekennen und sie in ihrer Unternehmensphilosophie verankern. Darüber hinaus müssen die Unternehmen bereits Maßnahmen für effiziente und umweltgerechte Mobilität umsetzen oder sich zu einer Umsetzung im Rahmen der Partnerschaft verpflichten. Weitere Infos dazu unter



www.duesseldorf.ihk.de
(Nummer: 3890630)

Kleinen und mittleren Unternehmen, die Interesse an einem Firmenticket für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben, hilft die IHK unter Tel. 0211 3557-251 (Ailine Philipsen),



philipsen@duesseldorf.ihk.de



Die Rheinbrücke der A46 ist eine der wenigen Verkehrsadern, über die der Verkehr noch fließen kann.

Fleher Brücke: Bypass offenhalten

„Das kommt jetzt schon fast einer Operation am offenen Herzen gleich, denn die Fleher Brücke wird – nach geglücktem Eingriff, sprich: nach Sanierung – einer der wenigen noch funktionierenden Bypässe für den Verkehr im Rheinland sein“, mit diesen Worten kommentiert Gregor Berghausen, Hauptgeschäftsführer der IHK Düsseldorf, die (Voll-) Sperrung der Fleher Rheinbrücke im August.

Die IHK Düsseldorf begrüßt daher den Beginn der Sanierungsarbeiten auf der Fleher Brücke ausdrücklich, auch wenn diese mit Unannehmlichkeiten verbunden seien. „Die Brückensanierung ist nicht nur für die Düsseldorfer Wirtschaft enorm wichtig, sondern für das gesamte Rheinland von entscheidender Bedeutung, denn die Fleher Brücke wird noch auf Jahre die für den Lastverkehr gesperrte Leverkusener Rheinquerung ersetzen müssen. Jede weitere Einschränkung des Verkehrsnetzes im Rheinland durch Teil-

oder Vollsperrungen von Brücken wird unweigerlich zum Verkehrsinfarkt führen“, betont Berghausen.

Der IHK-Hauptgeschäftsführer erinnert in diesem Zusammenhang an die dramatische Lage im Sommer vor zwei Jahren, als die Sperrung der Leverkusener A1-Brücke für den Lkw-Verkehr sowie die zeitweise Sperrung der A40-Brücke bei Duisburg deutlich gemacht hätten, in welchem hohem Maße nicht nur die unmittelbare Region, sondern ganz NRW von derartigen Verkehrsengpässen betroffen sei. Schon vor zwei Jahren hätten sich von den 28 nordrhein-westfälischen Rheinbrücken nur vier in „gutem Zustand“ befunden, darunter auch die Rheinbrücke Düsseldorf-Flehe. Doch auch für diese habe die Uhr in Richtung Teil- oder Vollsperrungen bis hin zur Komplettsanierung beziehungsweise zum Neubau zu ticken begonnen, was jetzt auch in Düsseldorf sicht- und spürbar werde. „Machen wir uns nichts vor: Die Rheinbrücken A44 und A46

sind die einzigen Adern, über die der Verkehr noch fließen kann, die Koronargefäße, also die Brücken über die A40 in Duisburg und die A1 in Leverkusen, sind dagegen bereits hoffnungslos verstopft“, so Berghausen.

Bei einem „Worst-Case-Szenario“, also dem dauerhaften Ausfall von einer oder sogar beiden Rheinquerungen, wären die Umleitungsstrecken und das nachgelagerte Netz kaum in der Lage, den zusätzlichen Verkehr aufzunehmen. Die sieben rheinischen IHKs haben 2017 geschätzt, dass bei einem dauerhaften Ausfall der A40-Rheinquerung an Werktagen bis zu 44.000 Fahrzeuge mehr auf der A42 und bis zu 28.000 Fahrzeuge zusätzlich auf der A44 unterwegs seien. Bei einer Totalsperrung der Leverkusener Brücke würde die A46 mit bis zu 34.000 Fahrzeugen und die A4 mit bis zu 84.000 Fahrzeugen täglich mehr belastet. Rein rechnerisch würde die A46 dann eine Auslastung von 120 Prozent aufweisen.

Red.

FOTO: DEEPGREENSHUTTERSTOCK



Kompakt

Brexit ante portas

„Die langen Monate der Ungewissheit in Sachen Brexit gehen definitiv ihrem Ende entgegen. Unternehmen, die sich bisher noch nicht mit den daraus folgenden Veränderungen beschäftigt haben, sollten dies jetzt schnellstmöglich in Angriff nehmen“, empfiehlt Felix Neugart, Geschäftsführer International der IHK Düsseldorf. Denn mit der Wahl von Boris Johnson zum neuen britischen Premierminister und der Ernennung vieler neuer Minister ist eines klar: Der Brexit wird kommen, sei es zum 31. Oktober 2019 oder nach einer erneuten, aber sicherlich nur kurzen Verschiebung dieses Termins.

Die IHK Düsseldorf weist daher ihre Mitgliedsunternehmen noch einmal eindringlich auf die aus dem Brexit vermutlich folgenden Veränderungen hin. „Auf unserer Internetseite finden sich nicht nur wichtige und ständig aktualisierte Informationen, sondern auch unterschiedliche Szenarien für die eventuelle Betroffenheit von Unternehmen“, so Neugart abschließend. Interessenten finden alle Informationen unter

 www.duesseldorf.ihk.de
(Nummer: 4225060)

beziehungsweise unter dem Link:

Ist mein Unternehmen vom Brexit betroffen?

Internationale Kooperationsbörse

Im Außenwirtschaftsportal www.ixpos.de sind unter dem Menüpunkt „Business Finder“ (<https://www.ixpos.de/IXPOS18/Navigation/EN/Business/businessfinder.html>) Geschäfts-

wünsche aus dem Ausland und Deutschland in englischer Sprache zu finden. Wer die Inserate einsehen oder selber welche einstellen möchte, muss sich zuvor registrieren. Hier ein Auszug aus der Datenbank mit Geschäftsangeboten. Die Einträge beruhen auf Selbstauskünften. Für den Inhalt übernimmt die IHK Düsseldorf keine Haftung. Die Nutzungsbedingungen und die Datenschutzerklärung finden sich unter <http://www.ixpos.de>.

Ansprechpartnerin bei der IHK Düsseldorf ist Angela Weidner, Tel. 0211 3557-349
weidner@duesseldorf.ihk.de

Argentinien

Unternehmen sucht deutsche Hersteller von Getrieben/Zahnradern zur Produktion speziell angefertigter Zahnradern. Der Erstauftrag liegt bei drei Sets für die Realisierung des Projekts. Ab Produktionsbeginn wird die Bestellmenge auf 20 bis 30 Sets pro Jahr geschätzt.

Bulgarien

Hersteller von Metall- und Stahlerzeugnissen (auch nach Kundenwunsch) sucht Vertriebs- und Geschäftspartner in Deutschland.

Indien

Hersteller von Heimtextilien (zum Beispiel Tischdecken und Läufer, Schürzen, Geschirrtücher, Topflappen und Brottaschen sowie Kissen, Polsterbezüge, Stuhlpolster) sucht Geschäfts- und Vertriebspartner in Deutschland.

Hersteller von präzisionsbearbeiteten Komponenten, Baugruppen und Vorrichtungen sucht Geschäfts- und Kooperationspartner in Deutschland.

Litauen

Unternehmen, tätig im Metall- und Kunststoffdruck in 3D, sucht in Deutschland Geschäfts- und Kooperationspartner.

Österreich

Unternehmen, tätig im Vertrieb von Reinigungsmaschinen, Reinigungsgeräten sowie Produkten für die Arbeitshygiene, sucht Geschäfts- und Kooperationspartner in Deutschland.

Spanien

Hersteller von Speiseöl (Mischung aus den Olivensorten Hojiblanca, Arbequina und Picual) sucht Geschäfts- und Vertriebspartner in Deutschland.

Öffentliche Auslegungen

Hinweise zu aktuellen, öffentlich ausliegenden Bauleitplänen in Düsseldorf und allen zehn Städten im Kreis Mettmann sind auf der Homepage der IHK zu finden. Ansprechpartnerin bei der IHK Düsseldorf in Sachen Bauleitplanung ist Dr. Vera Jablonowski, Telefon: (0211) 3557-369, Telefax: (0211) 3557-379,



jablonowski@duesseldorf.ihk.de



www.duesseldorf.ihk.de
(Nummer: 6571)

Statistik

Die aktuellen Daten zu den Umsatzsteuerumrechnungskursen sind im Internet zu finden unter



www.duesseldorf.ihk.de
(Nummer: 3661864)

Die aktuellen Preisindices für NRW und für Deutschland gibt es unter

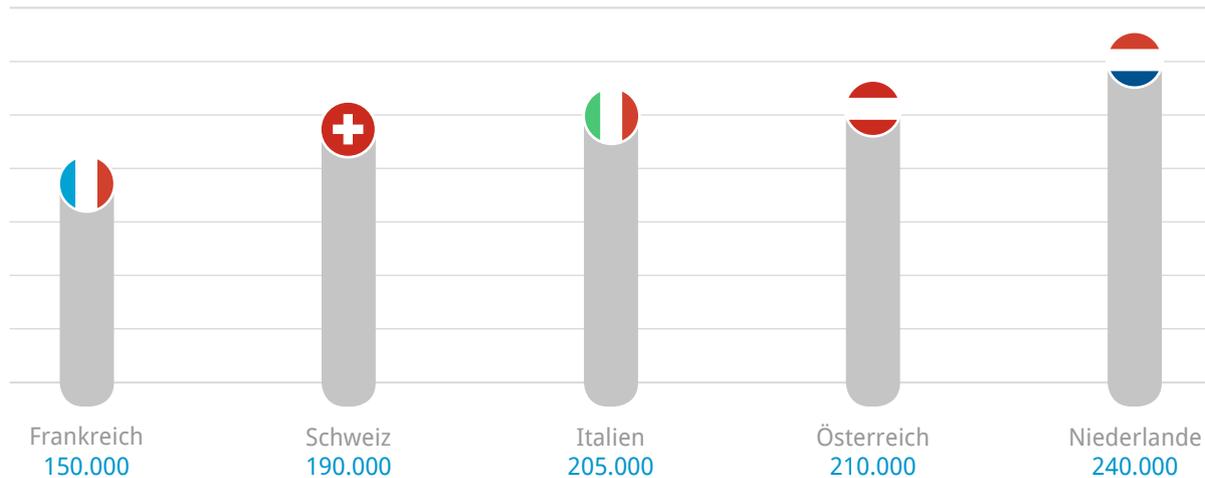


www.duesseldorf.ihk.de
(Nummer: 6340 beziehungsweise 6341)



Messeplatz Deutschland 2018

Die fünf wichtigsten Besucherländer



AUMA-Schaubild Auslandsbesucher 2018

Foto: Auma

Deutschland ist führender Leitmesse-Standort dank internationaler Besucher

Im Jahr 2018 kam fast ein Drittel der Besucher internationaler und nationaler Messen in Deutschland aus anderen Staaten. Mit einer Quote von 30 Prozent an ausländischen Besuchern wurde nach Angaben des deutschen Branchenverbandes AUMA das Spitzenergebnis des Vorjahres erneut erreicht.

Laut des Verbandes der Deutschen Messewirtschaft reisten im vergangenen Jahr rund 640.000 Besucher und damit immerhin 22 Prozent der insgesamt 2,9 Millionen ausländischen Gäste aus Ländern außerhalb Europas an. Dies unterstreiche sehr klar die Rolle des Messeplatzes Deutschland als weltweit führender Standort internationaler Leitmesen, betont der AUMA mit Hinweis auf aktuelle Zahlen. Demnach stieg im Jahr 2018 im Vergleich zu den Vorveranstaltungen, die nicht unbedingt im Jahresrhythmus stattfinden, die Zahl ausländischer Besucher um fast drei Prozent.

„Einbußen aufgrund sich ausweitender Handelskonflikte waren bisher nicht zu beobachten“, heißt es beim AUMA. Rund 400.000 Messeinteressenten strömten aus Asien nach Deutschland, um sich auf Messen zu informieren, Beschaffungen vorzubereiten oder direkt zu ordern. 160.000 Messebesucher kamen aus Nord- und Südamerika. Der Anteil Süd-Ost-Zentral-Asiens überschritt erstmals zehn Prozent; auf den Nahen und Mittleren Osten entfielen 2,9 Prozent, auf Nordamerika 3,1 Prozent und auf Lateinamerika 2,6 Prozent.

Besonders interessant für die hiesige Region ist dieser Fakt von einem angrenzenden Nachbarland: Nach Aussage des AUMA waren die



Größtes „All Inklusive Tagungszentrum“
in Monheim am Rhein

Klimatisierte Konferenz-Räume für bis zu 150 Personen

Tagungszentrum | Hotel | Restaurant | Feieradresse

Hotel am Wald • An der Alten Ziegelei 4 • 40789 Monheim am Rhein
Telefon 02173 – 33 07 0 • info@hotelamwald.de • www.hotelamwald.de

INDUSTRIE- UND GEWERBEBAU/GEWERBEIMMOBILIEN

Niederlande mit 240.000 Interessenten „wichtigstes Besucherland in Europa vor weiteren EU-Ländern und der Schweiz“. Das gilt jedoch auch in der Gesamtschau. Die meisten Besucher aus Übersee stammten aus Ostasien: Es handelt sich um 110.000 Gäste aus China.

Aus dem Nahen und Mittleren Osten kamen mit 30.000 Personen die meisten Messebesucher aus Israel, aus Nordamerika 70.000 US-Amerikaner, aus Lateinamerika 21.000 Brasilianer und jeweils 13.000 Südafrikaner und Ägyptern vom afrikanischen Kontinent.



Fotos: AUMA

Neuer AUMA-Vorsitzender Philip Harting



Foto: Messe Düsseldorf/Andreas Wiese

Stellvertretender AUMA-Vorsitzender ist Werner M. Dornscheidt von der Messe Düsseldorf

Insgesamt haben sich die 178 Messveranstaltungen in Deutschland im Jahr 2018 behaupten können. Und das trotz Unsicherheiten über die Entwicklung der heimischen Konjunktur und des Außenhandels sowie Diskussionen über die richtigen Formate. Nach Angaben des AUMA haben

hierzulande die Messen ein leichtes Plus bei den Ausstellerzahlen von 1,5 Prozent und bei den Standflächen von einem Prozent erzielt. Die Besucherzahlen lagen nur einen halben Prozentpunkt unter dem bisherigen Niveau, resümiert der Messeverband.



Stappen

FEIERN UND TAGEN –
INDIVIDUELL
UND MIT ANSPRUCH

CATERING DREI EXCLUSIVE EVENT-LOCATIONS
RESTAURANT- UND TAGUNGSSERVICE HOTEL



INDUSTRIE- UND GEWERBEBAU/GEWERBEIMMOBILIEN

„Natürlich müssen sich Messen weiterentwickeln. Aber die meisten Grundkonzepte unserer Messen sind zukunftsfähig. Bedarf an deutlich veränderten Formaten gibt es nur in einem relativ schmalen Segment von Messen“, sagt der AUMA-Ehrenvorsitzende Walter Mennekes. „Ich warne davor, die



AUMA-Ehrenvorsitzender Walter Mennekes: keine Festivalisierung, aber mehr Emotionen bei Messen

Festivalisierung generell als neuen Messetrend auszurufen. Messen aller Art werden aber emotionaler werden, auch die B2B-Messen. Und dieser Prozess hat in vielen Fällen schon begonnen. Aber letztlich müssen alle Neuausrichtungen dem Großteil der Aussteller und Besucher einen konkreten geschäftlichen Mehrwert bieten.“

Die Attraktivität zeigt sich laut AUMA auch an der überdurchschnittlichen Resonanz internationaler Gäste, bei denen ein Wachstum von drei Prozent auf Aussteller- wie Besucherseite im Jahr 2018 verzeichnet wurde. Eine tendenziell optimistische Stimmung in der Branche ergab auch eine Umfrage des AUMA bei den Messeveranstaltern im Rahmen der Verbandsumfrage des Instituts der Deutschen Wirtschaft zum Jahreswechsel. Demnach erwartet eine Mehrheit der deutschen Mes-



Künftiger AUMA-Hauptgeschäftsführer Jörn Holtmeier

segesellschaften für das Jahr 2019 einen höheren Umsatz als im Vorjahr trotz des turnusbedingt etwas kleineren Messeprogramms.

Das spiegelt sich auch in der Investitionsbereitschaft der deutschen Messegesellschaften wieder, zu denen unter anderem die Messe

Düsseldorf zählt. Diese gehört zu den Branchengrößen und wird in einem Kapazitätsüberblick des AUMA mit 248.580 Quadratmetern Hallenfläche und einem 43.000 qm großen Freigelände (brutto) aufgeführt. Insgesamt standen auf den deutschen Messeplätzen mit mindestens nationaler Bedeutung zum Jahresbeginn 2019 exakt 2.795.311 qm Hallenfläche zur Verfügung, was etwa 1,4 Prozent weniger waren als im Vorjahr. Bei den Investitionen überwiegt die Modernisierung bestehender Hallen oder der Ersatz alter Hallen.

Laut AUMA wurden im Jahr 2018 mehr als 400 Mio. Euro in die überregionalen Messeplätze investiert. Die Summe floss vorwiegend in Ersatzneubauten, Ausbau und Modernisierung der Hallen, Neu- oder Umgestaltung von Messeingängen und in die Umstellung der Hallenbeleuchtung auf die LED-Technik (licht-emittierende Diode). Bis zum

WIR SCHAFFEN ERLEBNISSE.

BCD Meetings & Events ist eine Düsseldorfer Agentur für Meetings, Events und Incentives. BCD M&E unterstützt Unternehmen bei der Konzeption und Durchführung durch strategische Lösungen, Innovation und kreative Ideen. Die Agentur bietet Lösungen, die von der Konzeption und Durchführung von Veranstaltungen bis hin zu kompletten strategischen Meetingmanagement-Programmen reichen. BCD Meetings & Events ist eine unabhängig geführte operative Gesellschaft der BCD Group und eine Schwesterorganisation von BCD Travel.

ENGAGEMENT SOLUTIONS MEETINGS EVENT SPORTS INCENTIVES

BCD Meetings & Events
Germany GmbH

Prinzenallee 15
40549 Düsseldorf

T +49 (0)211 99100-0
F +49 (0)211 99100-600
kontakt@bcdme.com
www.bcdme.com

BCD meetings & events

Jahr 2023 sollen die Hallenkapazitäten um 29.387 qm erweitert werden – davon sollen bereits 22.558 qm im Laufe des Jahres 2019 bereitstehen. Somit wird von 2019 bis 2023 über eine Mrd. Euro investiert. Im Vergleich verfügten Messeplätze mit regionaler Bedeutung zuletzt über eine Bruttohallenfläche von über 369.394 qm, sodass derzeit in Deutschland rund 3,2 Millionen qm Hallenfläche für Messen zur Verfügung stehen.

Darüber hinaus hat der Verband der deutschen Messeveranstalter auch die primären Interessen der Aussteller in einer repräsentativen Umfrage unter 500 Standbetreibern auf Fachmessen ermittelt. Fazit der „AUMA MesseTrend 2019“ Studie: Die wichtigsten Gründe für ihre Messeteilnahme sind die Stammkundenpflege, Steigerung der Bekanntheit von Unternehmen und Produkten, das Gewinnen von Neukunden, die Präsentation von neuen Produkten und Leistungen, der Imagegewinn von Unternehmen oder Marken sowie das Anwerben von neuen Mitarbeitern. „Messen sind für Aussteller aber auch immer noch wichtig für Verkaufs- und Vertragsabschlüsse, sowohl während der Messe als auch im Nachmessegeschäft“, heißt es weiter.

Derweil vollzieht der AUMA personelle Wechsel: Vor wenigen Wochen hat Philip Harting von der Harting Gruppe den langjährigen Vorsitzenden Walter Menekes an der Verbandsspitze abgelöst. Der 44-jährige Harting und der hinreichend gewürdigte sowie zum Ehrenvorsitzenden ernannte Menekes sind mit ihren Unternehmen im Elektrotechnikbereich etabliert. Werner M. Dornscheidt, Geschäftsführungsvorsitzender der Messe Düsseldorf, fungiert als stellvertretender Verbandsvorsitzender des AUMA. Außerdem soll der 40-jährige Jörn Holtmeier zum Jahreswechsel dem altersbedingt ausscheidenden Dr. Peter Neven auf der Position des Hauptgeschäftsführers folgen.

IMPRESSUM

Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH

Zülpicher Str. 10, 40196 Düsseldorf

Gesamtherstellung und Anzeigen-/Objektleitung:

Sebastian Hofer, Leitung Corporate Publishing

Telefon: 0211 505-2402

E-Mail: sebastian.hofer@rheinische-post.de

Sarina Ihme, Produktmanagement Corporate Publishing

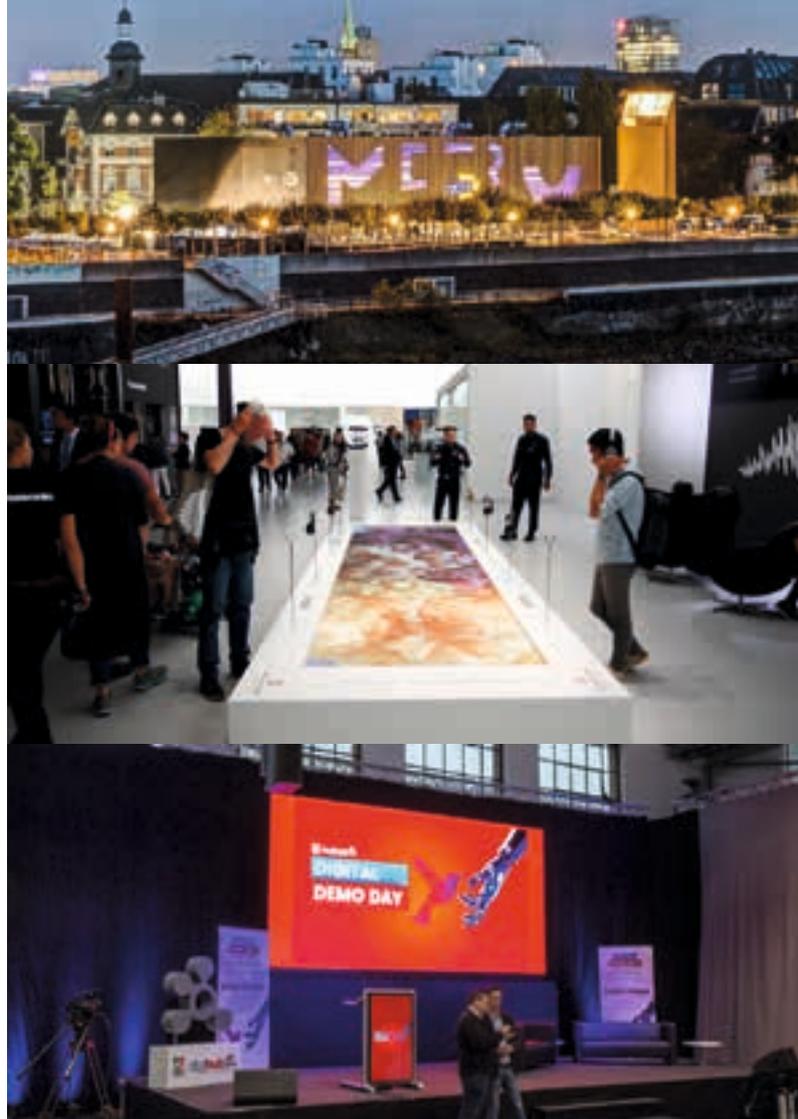
Telefon: 0211 505-2404

E-Mail: sarina.ihme@rheinische-post.de

Verantwortlich für den redaktionellen Inhalt,

Layout und Anzeigen der Verlagsveröffentlichung:

Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH.



MIETE von Eventtechnik

- Beratung
- technische Planung
- Logistik, Aufbau und Betreuung
- Content Erstellung und/oder Anpassung
- Ablaufregie
- Dokumentation & Live-Streaming
- Vor- und Nachbesprechung

Wir beraten Sie gerne
und persönlich!

So erreichen Sie uns:
+49 211 5377-240 oder
miete@sigma-av.tv

SIGMA System
Audio-Visuell GmbH
Düsseldorf · Berlin · München
www.sigma-av.tv
Verkauf. Miete. Service.



Attraktiver Standort für Tourismus und Tagungen

Deutschland punktet weiter bei Urlaubern und Geschäftsreisenden – und insbesondere Nordrhein-Westfalen ist ein Tourismus-Magnet. Das ist das Fazit für das vergangene Jahr, in dem sowohl die ganze Bundesrepublik als auch das Land NRW zum neunten Mal in Folge neue Rekordzahlen im Tourismus- und damit auch im Tagungsgeschäft verzeichneten.

Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes verzeichneten hierzulande Hotels, Pensionen und andere Herbergen 477 Millionen Übernachtungen. Das wäre nach vorläufigen Berechnungen der Wiesbadener Behörde auf Grundlage der Zahlen bis einschließlich November 2018 ein Plus von vier Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Monat mit den meisten Übernachtungen war übrigens der Juli.

Im November 2018 verzeichneten Hotels und Pensionen in Deutschland 31 Millionen Übernachtungen in- und ausländischer Gäste und damit fünf Prozent mehr als im Vorjahresmonat. Dabei gab es bei Reisenden aus dem Ausland ein Plus um vier Prozent auf 5,7 Millionen Übernachtungen; bei Inlandsgästen stiegen sie um fünf Prozent auf 25,3 Millionen. Berücksichtigt werden in der Statistik Beherbergungsbetriebe mit mindestens zehn Schlafgelegenheiten. Die positive Entwicklung der vergangenen Jahre erklärt die Hauptgeschäftsführerin des Deutschen Tourismusverbandes (DTV), Claudia Gilles, mit der Qualität und dem breiten Angebot des Standortes: „Daher wird auch 2019 ein gutes Jahr für den Deutschlandtourismus werden.“



Foto: DTV e. V.

Tourismusverbandmanagerin Claudia Gilles: Qualität und Angebot überzeugen

An dem Erfolg partizipiert NRW im hohen Maße mit. Das Bundesland bleibt mit einem Anstieg der Ankünfte um 1,8 Prozent auf 23,7 Millionen im Vorjahresvergleich auf Platz zwei hinter Bayern. Und das Plus bei den Übernachtungen von 0,8 Prozent auf insgesamt 51,9 Millionen sichert dem Westen weiterhin den dritten Platz hinter Bayern und Baden-Württemberg. „Beliebtester Reiseanlass für Urlauber ist wie auch in den Vorjahren der Besuch von Events- und Veranstaltungen“, heißt es bei Tourismus NRW. Demnach sind in NRW die Tagesreisen überproportional gestiegen: Sowohl private als auch geschäftliche Kurzreisen verzeichnen mit einem Plus von 7,4 Prozent beziehungsweise von 6,6 Prozent deutliche Zuwächse.

Dagegen sank die Zahl der Ankünfte und Übernachtungen ausländischer Gäste leicht,

wobei die nordrhein-westfälische Tourismuszentrale lieber den Zehnjahres-Vergleich zum Jahr 2009 heranzieht und hierbei ein Wachstum bei den Ankünften von mehr als 54 Prozent auf insgesamt 5,3 Millionen verzeichnet: „Damit kommen inzwischen über 22 Prozent aller Gäste aus dem Ausland.“ Der Großteil reist aus den Niederlanden (2,5 Millionen), dem Vereinigten Königreich (774.000) und aus Belgien (719.000) an. Bei den Übernachtungen legte 2018 vor allem das Vereinigte Königreich im Vergleich zum Vorjahr mit plus 1,6 Prozent zu und konnte den Rückgang seit dem Brexit-Votum wieder aufholen.

Neue Zahlen zum Veranstaltungsmarkt beziehungsweise Tagungsmarkt liegen noch nicht vor. Sie dürften traditionell in diesem Monat



RS Speedworld Indoor-Karting
Friedrich-Krupp-Str. 10
41564 Kaarst



Ihre nächste Betriebsfeier PREMIUM KART-EVENT

- Top Location mit Monte-Carlo Ambiente
- RX-F1 Karts mit bester Ausstattung
- Kompetente Organisation und Live-Moderation
- Ausgezeichnetes Catering

 www.kartevent.de

 02131 660700

INDUSTRIE- UND GEWERBEBAU/GEWERBEIMMOBILIEN

veröffentlicht werden. Im Mai des Vorjahres hatten die DZT Deutsche Zentrale für Tourismus, der EVVC Europäische Verband der Veranstaltungszentren und das GCB German Convention Bureau ihre Ergebnisse im „Meeting- & EventBarometer 2017/2018“ veröffentlicht. Zu diesem Zeitpunkt hieß es, dass sich „Veranstaltungen mit einem Plus von 2,8 Prozent auf insgesamt rund 405 Millionen Teilnehmer von Tagungen, Kongressen und Events in Deutschland im Jahr 2017 als Wachstumsmarkt erweisen“ würden.

„Der Standort Deutschland steht als wichtigstes Ziel europäischer Geschäftsreisen hervorragend da, dabei sind Kongresse und Konferenzen mit einem Anteil von 31 Prozent aller Geschäftsreisen seit Jahren der Treiber im Segment der promotablen Geschäftsreisen“, erläuterte Petra Hedorfer, Vorstandsvorsitzende der DZT und Vorsitzende des GCB-Verwaltungsrats. „Auch im Rahmen der rund 2,2 Millionen Geschäftsreisen aus Übersee nach Deutschland sind Konferenz- und Kongressbesuche von großer Bedeutung. Die Vielfalt an wissenschaftlichen und wirtschaftlichen Kompetenzen bietet die idealen Rahmenbedingungen für Veranstaltungen am Tagungs- und Kongressstandort Deutschland.“

ABC der Eventorganisation

Experten agieren mit einem gut einprägsamen ABC der Eventorganisation, um eine stimmungsvolles Umfeld für die Gäste zu zaubern. Die Checkliste beginnt mit den drei großen G's für Eventplaner: Gäste, Geld und das Gelände. So gilt für die Größe der Location die Faustformel von zwei Gästen pro Quadratmeter und je nach Anlass ein Blick auf mögliche Kollisionen mit anderen Events.

Damit verbunden ist die Frage, ob Veranstalter am Fest verdienen oder kostendeckend arbeiten wollen. Bei einer Gewinnabsicht muss zumindest die Miete für die Räumlichkeiten durch den geplanten Eintrittspreis mal geschätzte Gästezahl abgedeckt sein. Der Gewinn lässt sich dann mit Getränken und Speisen erwirtschaften. Zu berücksichtigen sind sowohl der Support durch Sponsoren auf der Einnahmeseite als auch Zusatzkosten für Dixie-Toiletten, Shuttle-Verkehr oder weitere Stromquellen etwa bei einem Outdoor-Ereignis. Dazu kommt eine mögliche Spezial-Haftpflichtversicherung für Veranstalter, um nicht mit dem Privatvermögen für Unfälle zu haften.

Elementar sind auch die drei M's: Möbel, Musik und Mahlzeiten. Mobiliar, Dekoration und Technikequipment sind für Veranstalter in der Relation aufwändig und teuer, sodass solches am besten bei Eventausstattern kostenpflichtig ausgeliehen wird. So verfügen die Profis über ausreichend edle Accessoires für besonders festliche Anlässe wie zum Beispiel Stuhlhussen oder Tischdekorationen.

Wer auf seinem Event nicht nur Snacks, sondern warme Speisen anbietet, ist an die Hygienevorschriften für Gaststätten und Hotels gebunden. Eine gute Alternative bieten Caterer, andere Versorgungsbetriebe oder auch lokale Getränkeanbieter. Für die musikalische Seite des Events sorgen lokale Spezialisten für Licht- und Musiktechnik oder/und Live-Bands/Discjockeys.

Außerdem sind Genehmigungen einzuholen und damit bestimmte Auflagen einzuhalten. Hier kommen die drei Z's ins Spiel: Zulassung, Zusagen und Zeit. Je umfangreicher das geplante Event und je ferner von der üblichen Nutzung der Location, desto mehr Auflagen müssen Veranstalter erfüllen. Für die Anmeldeprozedur erhebt die zuständige Kommune generell eine Gebühr. Bei größeren Veranstaltungen ist die Zusammenarbeit mit Institutionen wie Bauamt, Polizei und Feuerwehr zwingend. Schließlich geht es dann um Lärm-, Brand- oder Jugendschutz. Grundsätzlich gilt die Versammlungsstätten-Verordnung. Einzuplanen sind auch die Abgaben für das Abspielen GEMA-pflichtiger Musik. Für alle diese Herausforderungen sind gute Zeitpläne und Nerven, aber auch frohes Schaffen empfehlenswert.

LOCATIONS!
www.locations-messe.de | #locationsmesse

**Die Messe für außergewöhnliche
Veranstaltungsräume und Eventservices**

LOCATIONS
RHEIN-RUHR

19. September 2019
10.00 - 16.30 Uhr
Areal Böhler
Düsseldorf

ALTE FEDERN FABRIK
AREAL BÖHLER | DÜSSELDORF

**Mehr Erlebnis,
mehr Netzwerk,
mehr Wissen!**

Holen Sie sich den regionalen Marktüberblick an Top-Locations und Eventdienstleistern. Vom Ruhrgebiet über Düsseldorf bis hin nach Köln-Bonn und ins Sauerland. Für jede Art von Event. Egal ob Kongress, Tagung, Mitarbeiterevent oder Kundenveranstaltung.

Erleben Sie innovativen und motivierenden Wissenstransfer. Top-Speaker stellen neue Trends und Entwicklungen aus der Marketing- und Eventbranche vor und bringen echte Learnings mit.

**Jetzt kostenfreie Messtickets sichern
unter www.locations-messe.de**



Fachkräfte



Da war Fingerspitzengefühl gefragt: **Björn Kerkmann** (Team Politik), 1. Beigeordneter der Stadt Heiligenhaus, stellte sich bei Helbako der praktischen Aufgabe.

Filigrane Schaltkreise und ein feuriges Finale

IHK-Azubi-Challenge in Heiligenhaus und Wülfrath

Vom Augentoptiker bis zur Zweiradmechatronikerin: 326 anerkannte Ausbildungsberufe gibt es zurzeit in Deutschland. Jeder von ihnen bringt seine eigenen Fachinhalte und alltäglichen Herausforderungen mit sich. Um diese Vielfalt praktisch zu veranschaulichen, lud die IHK Düsseldorf im vergangenen Jahr erstmals Vertreter aus Wirtschaft und Politik dazu ein, sich bei der Azubi-Challenge zu messen. Dabei wurden die prominenten Teilnehmer in verschiedenen Unternehmen an die Ausbildungsinhalte herangeführt und mussten sie anschließend in die Praxis umsetzen.

Elektrotechnik zum Anfassen

2019 ging der Wettbewerb in die zweite Runde. Nachdem die Politiker und Wirtschaftsvertreter im 5G Lab von Vodafone in Düsseldorf und bei der Wasserski-Anlage in Langenfeld zu Besuch waren, führte die dritte Etappe

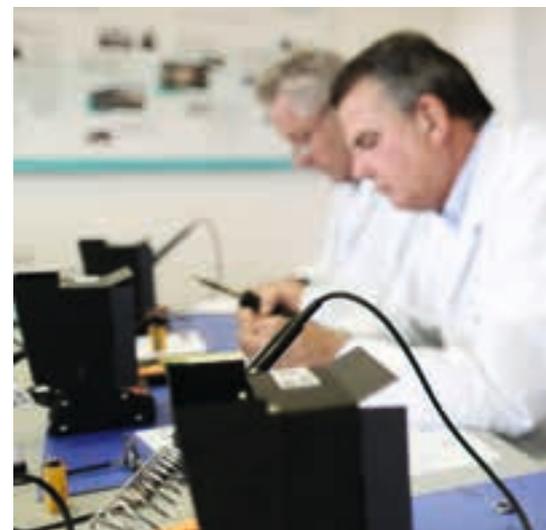
die Teilnehmer nach Heiligenhaus. In den modernen Räumen der Helbako GmbH drehte sich dabei alles um die Ausbildung zum Elektroniker für Geräte und Systeme.

„Mit unserem spielerischen Format wollen wir der Politik das Wirtschaftsthema ‚Ausbildung‘ noch näherbringen. Zugleich wollen wir möglichst viele Jugendliche für eine Ausbildung begeistern: Das geht natürlich am besten, wenn wir spannende Ausbildungsbetriebe und -berufe vorstellen, die einige Schulabgänger vielleicht noch gar nicht ‚auf dem Schirm‘ haben“, erklärte Gregor Berghausen, Hauptgeschäftsführer der IHK Düsseldorf, zu Beginn des Wettbewerbs.

Drei unterschiedliche Aufgaben warteten auf die beiden Teams. In weiße Laborkittel gekleidet, mussten sie als erstes die Funktion einer elektrischen Schaltung überprüfen. Dabei waren sie jedoch nicht auf sich alleine gestellt: Der Auszubildende Ramzi Ouso betreute und bewertete gemeinsam mit Jörg Schmidt, dem

Ausbildungsleiter der Helbako GmbH, die Challenge. Für das Team Politik traten Elisabeth Müller-Witt MdL, Martin Sträßer MdL, und Björn Kerkmann, 1. Beigeordneter der Stadt Heiligenhaus, an. Sandra Jachmann, Geschäftsführerin der Erich Jachmann Spedition EJS GmbH & Co. KG, Mettmann, Peter Jülicher, Geschäftsführer der C+C Cours GmbH, Velbert, und Ulrich Hamacher, Filialdirektor der Kreissparkasse Düsseldorf in Heiligenhaus, vertraten die Wirtschaft beim Wettbewerb.

FOTOS: ANNA SCHWARTZ



Sandra Jachmann (Team Wirtschaft), Geschäftsführerin der Erich Jachmann Spedition EJS GmbH & Co. KG, Mettmann, arbeitete an der Aufgabe.

Ein Quiz rund um die Themen Elektronik und Energie sorgte bei der zweiten Aufgabe nicht nur für grübelnde Gesichter, sondern auch einige Aha-Erlebnisse. Bei der letzten Herausforderung war dann Fingerspitzengefühl gefragt: Auf kleinen Platinen mussten zwei Lämpchen durch fachgerechtes Löten zum Leuchten gebracht werden. Am Ende konnte das Team Wirtschaft den Wettbewerb gewinnen. Auch Ulf Zimmermann, Prokurist der Helbako GmbH, wies während der Azubi-Challenge noch einmal auf die Wichtigkeit von Ausbildungsberufen hin: „In Zeiten des Fachkräftemangels ist eine abgeschlossene Ausbildung nicht nur für die Jugendlichen ein optimales Fundament für die Zukunft, sondern auch ein elementarer Bestandteil für ein Unternehmen.“

Feuerwehreinsatz entscheidet das Finale

Die vierte und finale Etappe der IHK-Azubi-Challenge 2019 fand bei der Werkfeuerwehr Henkel AG & Co. KGaA Düsseldorf statt. Hier stand die Ausbildung zum Werkfeuerwehrmann/-frau im Zentrum. Passend zum Berufsbild sahen sich die Politiker und Wirtschaftsvertreter mit einer gut eineinhalb Meter hohen Stichflamme konfrontiert, die sie mit Feuerlöschern bekämpfen mussten. Vorher Stand ein Crashkurs im Anlegen der Schutz-



Hätten Sie ihn erkannt? Düsseldorfs Oberbürgermeister **Thomas Geisel** legte sich bei der Werkfeuerwehr von Henkel für das Team Politik ins Zeug.

kleidung sowie das richtige Ausrollen eines Schlauches auf dem Programm. Spätestens beim 800 Grad heißen Feuer kamen dann auch die letzten Teilnehmer ins Schwitzen. Für viele der Werkfeuerwehr-Azubis ist es gerade diese Körperlichkeit, die sie an dem Beruf schätzen: „Ich habe vorher im kaufmännischen Bereich gearbeitet, aber das hat mich einfach nicht erfüllt. Ich kann nicht den ganzen Tag hinter einem Schreibtisch sitzen. Deswegen ist das für mich der perfekte Job“, erzählte Tina Levknecht. Die 24-Jährige und ihr Kollege Janek Lutter leiteten die Teilnehmer an.

Für das Team Politik waren dieses Mal **Thomas Geisel**, Oberbürgermeister der Stadt Düsseldorf, **Monika Düker MdL** und Fraktionsvorsitzende der Grünen im NRW-Landtag, sowie **Rainer Matheisen MdL** und **Markus Herbert Weske MdL** vor Ort. Die Vertretung der Wirtschaft setzte sich beim Final aus **Dr. Daniel Kleine**, Henkel President Deutschland und Standortleiter Düsseldorf, **Oliver Wilhelms**, Henkel, Leiter HR Arbeitsrecht und Leiter HR Deutschland/Schweiz, **Burkhard Dahmen**, Vorsitzender der Geschäftsführung der SMS Group GmbH, Düsseldorf, und **IHK-Hauptgeschäftsführer Gregor Berghausen** zusammen.

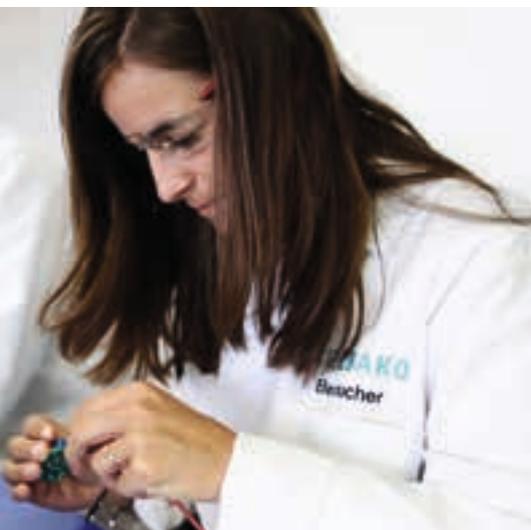
Das Team Wirtschaft gewann die letzte Etappe mit 2:1. Damit sicherte es sich auch den Gesamtsieg bei der diesjährigen IHK-Azubi-Challenge.

Für die Teilnehmer war das Endergebnis allerdings eher nebensächlich: „Heute und bei den anderen drei Etappen haben vor allem die Azubis gewonnen, denn sie und ihre spannenden Berufe standen schließlich im Fokus“, so **Burkhard Dahmen**.

Christoph Wegener



So sehen Sieger aus: Das Team Wirtschaft mit (von links) **Burkhard Dahmen**, Vorsitzender der Geschäftsführung der SMS Group GmbH, **IHK-Hauptgeschäftsführer Gregor Berghausen**, **Oliver Wilhelms**, Henkel, Leiter HR Arbeitsrecht und Leiter HR Deutschland/Schweiz, **Dr. Daniel Kleine**, Henkel President Deutschland und Standortleiter Düsseldorf.



Jachmann Spedition EJS GmbH & Co. KG, machte sich an die

Ausbildungsverträge: Abwärtstrend gestoppt

Wirtschaft hat Probleme bei der Besetzung offener Ausbildungsstellen

Trotz der demographischen Entwicklung und der Studienneigung vieler junger Menschen ist der Abwärtstrend bei den Ausbildungsverträgen vorerst gestoppt. Das geht aus der aktuellen DIHK-Ausbildungsumfrage hervor. Im vergangenen Jahr konnten die Betriebe insgesamt mehr Ausbildungsverträge schließen, obwohl die Schülerzahlen weiter rückläufig waren. Auch im laufenden Jahr ist die Zahl der Ausbildungsverträge stabil. „Junge Menschen sehen in der beruflichen Ausbildung wieder öfter einen attraktiven Einstieg ins Berufsleben“, sagt der stellvertretende DIHK-Hauptgeschäftsführer Achim Dercks. Zudem konnten auch mehr Abiturienten oder Studienabbrecher für eine duale Ausbildung gewonnen werden. Der deutschen Wirtschaft fällt es jedoch nach wie vor schwer, alle offenen Ausbildungsplätze

zu besetzen. „Die Herausforderung für die deutschen Unternehmen, den dringend benötigten Nachwuchs an Fachkräften zu entwickeln, bleibt riesig“, so Dercks. Dies lässt sich eindrucksvoll untermauern: Das gemeldete Angebot an betrieblichen Ausbildungsplätzen war 2018 noch einmal erheblich größer als im Vorjahr (+19.000, 546.600). Dies macht deutlich: Der Fachkräftebedarf der deutschen Wirtschaft ist enorm. Das gilt auch im IHK-Bezirk Düsseldorf. Rund 600 freie Lehrstellen in den IHK-Berufen warten in der Landeshauptstadt und im Kreis Mettmann zu Beginn des Ausbildungsjahres immer noch auf Bewerberinnen und Bewerber. Gesucht werden unter anderem immer noch Kaufleute für Büromanagement, für Groß- und Außenhandel und für das Hotelfach sowie Fachinformatiker.

„Im Wettbewerb um den Fachkräftenachwuchs gibt es innerhalb der Wirtschaft Gewinner und Verlierer“, analysiert Dercks die bundesweite Situation. Während sich viele Unternehmen noch vor einigen Jahren Azubis auswählen konnten, sind es heute vielfach die Azubis, die sich das passende Unternehmen aussuchen: Knapp ein Drittel der Betriebe (32 Prozent, Vorjahr 34 Prozent, siehe Grafik) konnte im vergangenen Jahr offene Ausbildungsplätze nicht besetzen. Und fast jeder zehnte Betrieb (18.000 Unternehmen) hat 2018 überhaupt keine Azubi-Bewerbung erhalten (2017: 17.000). Damit hat sich die Zahl der IHK-Betriebe, die keine einzige Bewerbung mehr erhalten haben, seit 2012 nahezu verdreifacht.

Red.

Konnten Sie alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen?

(Angaben beziehen sich jeweils auf das zurückliegende Ausbildungsjahr)

Nein
Ja



Branche	Nein (2018)	Nein (2017)
Gastgewerbe	56 %	57 %
Verkehr (Transport/Logistik)	40 %	40 %
Baugewerbe	37 %	45 %
Industrie (ohne Bau)	33 %	35 %
Durchschnitt	32 %	34 %
Handel	32 %	33 %
Banken/Versicherungen	31 %	32 %
Sonstige Dienstleistungen	27 %	28 %
Unternehmensorientierte Dienste	26 %	31 %
IT	24 %	27 %
Gesundheit/Pflege	21 %	27 %
Medien	19 %	22 %
Immobilien	10 %	9 %

(Ergebnisse differenziert nach Branchen, sortiert nach Nein-Antworten 2018)

STATISTIK: DIHK_AUSBILDUNGSUMFRAGE 2019



Start-ups

IHK begrüßt Initiative „Neue Gründerzeit“

Die IHK Düsseldorf begrüßt die von Minister Pinkwart ausserufene „Neue Gründerzeit“, mit der sich das Land NRW für ein wettbewerbsfähiges und lebendiges Gründungsgeschehen stark macht. Hierzu haben die IHKs in NRW eine gemeinsame Erklärung mit Minister Pinkwart unterzeichnet. Ziel ist es, das Gründungsklima weiter zu verbessern und in den nächsten fünf Jahren bundesweit die meisten Start-ups hervorzubringen. „Um das ehrgeizige Ziel zu erreichen, müssen wir unsere Region international besser sichtbar machen, weibliche Gründungen stärker unterstützen und die Verwaltung einfacher und digitaler gestalten. Zusätzlich muss mehr Wagniskapital zur Verfügung gestellt und verstärkt in Hochschulausgründungen investiert werden“, erklärt Matthias Meinke, Existenzgründungs-Experte der IHK Düsseldorf.

Wie lebhaft das Gründungsgeschehen im Raum Düsseldorf sei, zeige die IHK-Statistik für das erste Halbjahr 2019: So habe allein das Düsseldorfer IHK-Existenzgründungsteam 1.500 angehende Existenzgründerinnen und -gründer telefonisch und 300 persönlich beraten sowie 1.600 Gründungsanfragen via E-Mail beantwortet. „Von einem nachlassenden Gründungsinteresse kann in unserer hochattraktiven Region daher keine Rede sein“, so Meinke abschließend.

Die IHK unterstützt Existenzgründerinnen und -gründer von den ersten Überlegungen bis hin zu einer Finanzierungs- und Fördermittelberatung über den gesamten Gründungsprozess. Dabei werden insbesondere betriebswirtschaftliche und rechtliche Aspekte des Vorhabens besprochen und erläutert. Zu einem ersten Beratungstermin sollte daher bereits ein

Entwurf des Gründungskonzeptes vorliegen. Darüber hinaus bietet die IHK kostenlose Info-Nachmittage rund um das Thema Existenzgründung sowie das Basisseminar „Karriereziel Existenzgründung“ an. Weitere Infos finden Interessenten unter:



www.duesseldorf.ihk.de
(Nummer: 106)

Alt hilft Jung

Die nächsten Sprechstunden des Vereins Alt hilft Jung NRW e. V. für Existenzgründer und Jungunternehmer finden am 9. September und 14. Oktober, jeweils von 10 bis 14 Uhr, im IHK-Gebäude, Ernst-Schneider-Platz 1, statt. Die Teilnahme an den Beratungen ist kostenlos, allerdings muss ein Termin bei Claudia vom Dorff, Telefon 0211 3557-241, vereinbart werden.

Existenzgründungs- und Nachfolgebörse

Angebote:

D 50319 A Seit 30 Jahren etabliertes Medizinprodukteunternehmen, Klasse 1, mit großer Zielgruppe und vielen Anwendungsgebieten sucht Nachfolger aus Altersgründen

Diese und weitere Inserate sind im Internet unter <https://www.nexxt-change.org> zu finden. Ansprechpartnerin ist Claudia vom Dorff, Telefon 0211 3557-241



dorff@duesseldorf.ihk.de

VON BERUF STILIKONE. DER FIAT 500C.

BUSINESS LEASING

AB MTL. **125€** NETTO¹

BIS ZUM 30. SEPTEMBER 2019

OPTIONAL MIT WARTUNG
UND REPARATUR²



Ein Mythos vergeht nicht, er geht mit der Zeit. So wie der Fiat 500C, Designikone und Inbegriff italienischer Lebensart. Seit über 60 Jahren erfindet sich der Fiat 500C immer wieder neu, entwickelt sich weiter und bleibt gleichzeitig seinen Wurzeln treu. Er ist trendy, er ist stylisch. Das war er schon immer. Der Fiat 500C präsentiert sich der Welt jetzt in einem ganz neuen Look: Mit seinem frechen und doch liebenswürdigen Gesicht ist er bereit, alle Herzen zu erobern.

Kraftstoffverbrauch (l/100 km) nach RL 80/1268/EWG für den Fiat 500C Serie 7 1.2 8V Lounge 51 kW (69 PS): innerorts 6,2; außerorts 4,2; kombiniert 4,9. CO₂-Emission (g/km): kombiniert 116.

¹ Ein unverbindliches Leasingbeispiel der FCA Bank Deutschland GmbH, Salzstraße 138, 74076 Heilbronn, für Gewerbekunden, für den Fiat 500C Serie 7 1.2 8V Lounge 51 kW (69 PS), Tageszulassung, EZ: 26.06.2019 zzgl. Überführungskosten und MwSt., inkl. GAP-Versicherung; Monatsrate € 125,- (exkl. MwSt.), Gesamtlaufleistung 60.000 km, Laufzeit 48 Monate, ohne Leasingsonderzahlung.

² Details erhalten Sie bei uns.

Angebot für gewerbliche Kunden, gültig für nicht bereits zugelassene Neufahrzeuge Fiat 500C Serie 7 1.2 8V Lounge 51 kW (69 PS) bis 30.09.2019. Nicht kombinierbar mit anderen Aktionen. **Beispielfoto zeigt Fahrzeug der Baureihe, die Ausstattungsmerkmale des abgebildeten Fahrzeugs sind nicht Bestandteil des Angebotes.**



FCA | FLEET & BUSINESS

MOTOR VILLAGE DÜSSELDORF/DUISBURG

Erkrather Str. 365 | Theodorstraße 190
40231 Düsseldorf | 40472 Düsseldorf

Arnold-Dehnen-Straße 30-32
47138 Duisburg

www.motorvillage-duesseldorf-duisburg.de

Hauptsitz: FCA Motorvillage Germany GmbH
Mainzer Landstraße 581 • 65933 Frankfurt



Kreativwirtschaft

Hotspots für Kreative

Der Create Economy reiste um die Welt

Der Create Economy, der vierte gemeinsame Branchentreff der Kultur- & Kreativwirtschaft, widmete sich voll und ganz den internationalen Festival- und Konferenzbühnen. Es war der ultimative Festival-Slam mit schillernden Erlebnisberichten von europäischen Kreativ-, Tech- und Digital-Konferenzen: Wie war es vor Ort? Wer trifft sich? Wer sollte unbedingt hin? An welchen Themen kommt man nicht vorbei? Was sollte man nicht erwarten und was spielt sich Kurioses am Rande ab? Was lohnt? Was enttäuscht? Und: Warum macht es immer noch Sinn, ab und zu seine Koffer zu packen?

Von Barcelona, Berlin und Hamburg ...

Benjamin Arndt, Geschäftsführer der Agentur Arndtteam für Design und Markenkommunikation, machte den Anfang und berichtete von dem OFFF, dem Online-Flash-Film-Festival, in Barcelona. Das Festival zeigte über drei Tage die Arbeiten internationaler Künstler und Grafikdesign mit visueller Kommunikation, digitaler Kunst, elektronischer Musik und Bewegtbild. Das Highlight für Arndt: Er hatte die Gelegenheit, sein Idol, den Grafikdesigner David Carson, persönlich zu treffen.

Was ein Bibliothekar auf der Re:Publica in Berlin macht, erzählte Stephan Schwering, Leiter der Zentralbibliothek der Stadtbücherei Düsseldorf. Die Urmutter der Digital-Konferenzen fand dieses Jahr bereits zum 13. Mal statt. Der Fokus liegt nicht auf technischen Entwicklungen,

„Die Konferenz ist ideal, um Kontakte zu knüpfen, da Gäste aus allen Hierarchieebenen zusammenkommen.“

Lison Weiler, Sharerado; über das DLD Tel Aviv Innovation Festival



sondern auf gesellschaftlichen und politischen Fragen, etwa das allgegenwärtige Internet und die Digitalisierung unserer Welt.

Als Aussteller waren Sophie Spethmann und Philippe Frères, die Gründer von Lisa Retail Innovation, auf dem Online Marketing Rockstar Festival in Hamburg dabei. Bekannt ist der Kongress für das gemischte Konzept aus Party und Konferenz – was auch die Gründer aus Düsseldorf bestätigen konnten. Was die beiden gelernt haben: Man muss schon sehr viel tun, um als Aussteller aufzufallen – und in jedem Fall aktiv auf Leute zu gehen.

... über Cannes, Wales und Malmö ...

Vera Ickert und Teresa Berude sind stolze Gewinnerinnen von drei Cannes Lions. Das Kreativteam kommt von der Kreativagentur DDB Düsseldorf. Über das Cannes Lions Festival of Creativity erzählten sie, dass auf dem Festival Themen diskutiert wurden, die das Zeug haben, Trends zu werden.

Marc Thiele veranstaltet als „Ein-Mann-Unternehmer“ seit 2011 die „beyond tellerrand“, die als Düsseldorfer Export inzwischen auch in Berlin und München zuhause ist. Auslöser für den mutigen Schritt, eine eigene Konferenz zu etablieren, war der Wunsch, „sein eigenes Ding“ zu machen und selbstbestimmt zu arbeiten. Das passt zur The DO Lecture. Der Grundgedanke hinter den Veranstaltungen klingt ansteckend: „Die Idee ist einfach: Was Menschen tun, kann den Rest von uns inspirieren, auch aufregende Dinge zu tun.“

Markus Reuter arbeitet im Design- und Innovations-Team der Deutschen Telekom. Dort präsentiert er als Senior



[2]



[3]



[4]

Bild 1: Lars Terlinden von Komkuk und IHK-Mitarbeiterin Friederike Helle moderierten den Abend. **Bild 2:** Begeistert berichtete Stephan Schwering, Leiter der Zentralbibliothek der Stadtbücherei Düsseldorf, von der Re:Publica. **Bild 3:** Teresa Berude und Vera Ickert von der Kreativagentur DDB Düsseldorf sind stolze Gewinnerinnen von drei Cannes Lions. **Bild 4:** Lison Weiler, Gründerin von Sharerado, war beim DLD Tel Aviv Innovation Festival dabei.

Manager in der Telekom Design Gallery die Vision, Strategie und Innovationskraft der Telekom für die digitale und vernetzte Welt. Für Inspiration und kreativen Austausch reist er gerne durch die Welt. Am liebsten nach Malmö in Skandinavien, wo auch The Conference stattfindet, bei der er in diesem Jahr zum fünften Mal teilnehmen wird. The Conference ist eine zweitägige internationale Konferenz, die den Blick über den Rand der Branchen und Disziplinen zelebriert und die aktuellen, digitalen Themen aus möglichst vielen unterschiedlichen Perspektiven – kleinen und großen – unter die Lupe nimmt. So geht es auch mit der Neugierde auf andere Sichtweisen voran.

... bis Tel Aviv, Lissabon und Helsinki

Als Gründerin des Unternehmens Sharerado tummelt sich Lison Weiler auf vielen Konferenzen, um zu netzwerken. Beim Branchentreff berichtete sie über ihre Erfahrungen beim DLD Tel Aviv Innovation Festival. Begeistert war sie von der Atmosphäre in der Stadt, dem Zentrum der israelischen Start-up-Szene, während der Konferenz. Die Konferenz sei ideal, um Kontakte zu knüpfen, da Gäste aus allen Hierarchieebenen zusammenkommen.

Vladislav Indikov arbeitet bei Trivago. Das Unternehmen schickt seine Mitarbeiter jährlich auf zahlreiche Konferenzen rund um den Globus. Er berichtete vom Web Summit in Lissabon. Faszinierend sei es gewesen – von der gigantischen Zahl gleichgesinnter Teilnehmer der Konferenz bis zu einer App, die nicht nur jedem geholfen hat, sich ein Programm zu erstellen und sich zu orientieren, sondern auch beim Netzwerken unterstützte.

„Es war faszinierend.“

Vladislav Indikov,
Trivago; über die Web Summit

Florian Falk, der „Herr der Gewürze“, ist Mitgründer und Geschäftsführer von Just Spices, der im Jahr 2012 gegründeten Düsseldorfer Gewürzmanufaktur. Beim Branchentreff erzählte er von seinen Erfahrungen bei der Slush, dem Non-Profit-Start-up- und Tech-Event in Helsinki. Was 2008 als kleine Versammlung 300 finnischer Tech-Enthusiasten begann, ist längst zu dem Start-up- und Tech-Event in Europa und einem der größten Start-up-Events der Welt geworden – mit rund 25.000 Besuchern pro Jahr. Sein Fazit: Insbesondere Gründer sollten sich dort blicken lassen.

Red.

Der Branchentreff wurde vom Kompetenzzentrum Kultur- & Kreativwirtschaft (Komkuk) der Landeshauptstadt und der IHK Düsseldorf ausgerichtet. Er fand in dem Creative Habitat Flora & Fauna von Lisa und Rainer Kunst statt. Das Gebäude ist das neue Zuhause einer kreativen Community. Fünf Jahre steckte das Kreativ-Paar seine Arbeit, Leidenschaft und Ideen in das Objekt, im Mai öffnete es seine Türen. Dort kommen verschiedene kreative Dienstleister zusammen – von der Kommunikationsagentur über Verlag, Produktion bis zur Galerie. Und sie inspirieren und begeistern sich gegenseitig, stemmen gemeinsame Projekte und treiben Themen voran.



Prof. Wippermann, Mitglied der Jury und Rektor an der Robert Schumann Musikhochschule (rechts), mit den Preisträgern des Jahres 2017 (von links) Matvey Denim, Eudes Bernstein und Christoph Schneider.

Das schöne Spiegelbild der Wirtschaft

Der Aeolus-Bläserwettbewerb ist eine Musiker-Konkurrenz von Weltruf

Wettbewerb macht die Wirtschaft vital“, sagt Dr. Sieghardt Rometsch, Ex-Banker und Musik-Mäzen. Der ehemalige persönlich haftende Gesellschafter und spätere Aufsichtsratsvorsitzende bei der Bank HSBC Trinkaus & Burkhardt interessiert sich aber nicht nur für die Welt aus Zinsen, Wechselkursen und Renditen. Seine Liebe gilt ganz besonders der Musik. Vor einem Jahrzehnt initiierte er etwas, was den „Vitalstoff der Wirtschaft“ mit Klangästhetik verbindet: einen Musikwettbewerb. Der Aeolus-Bläserwettbewerb gehört mittlerweile zu den renommiertesten Musiker-Wettstreits der Welt, seine Heimat ist die Robert-Schumann-Hochschule in Düsseldorf.

„Der Musikwettbewerb ist ein Spiegelbild der Wirtschaft – in schönster Form“, sagt Rometsch, der bis heute der alleinige Finanzier des Aeolus ist. Offiziell befindet sich der promovierte Volkswirt im Ruhestand, doch aufs

„Dieser Wettbewerb ist der renommierteste in ganz Europa, vielleicht sogar der Welt.“

Fedor Shagov,
Tubist

Altenteil hat sich der 80-Jährige keineswegs zurückgesetzt. Praktisch täglich geht er ins Büro und organisiert alles, was ein Musikwettbewerb von Weltruf erfordert, und das ist nicht wenig. Zumal der Aeolus alljährlich den hohen Standards der Weltföderation Internationaler Musik-Competitions (WFIMC) genügen will. In diesen elitären Club aufgenommen zu werden, war entscheidend für den internationalen Erfolg des Bläserwettbewerbs, der offiziell an die Robert-Schumann-Hochschule in Düsseldorf angegliedert ist.

Hochangesehener Wettbewerb

„Wenn junge Musiker an einem Wettbewerb teilnehmen und sich die Mühe einer monatelangen Vorbereitung machen, suchen sie einen Wettbewerb, der Weltgeltung hat“, erklärt Rometsch. Die Standards der WFIMC seien sehr hoch und anspruchsvoll. „Dann weiß der Musiker, dass internationale Standards eingehalten werden und sich der Aufwand für ihn lohnt.“ Dass viele musikalisch

Hochbegabte aus allen Erdteilen längst Wind vom hohen Niveau des Bläserwettbewerbs bekommen haben, zeigen die hohen Anmeldezahlen. 140 Kandidaten (Instrumente in diesem Jahr: Trompete, Posaune, Tuba) aus Europa, USA, Asien und Australien werden zugelassen, noch mehr hatten sich beworben, fielen aber durch die Vorauswahl. Ein früherer Teilnehmer, der Tubist Fedor Shagov, sagte einmal in einem Zeitungs-Interview: „Dieser Wettbewerb ist der renommierteste in ganz Europa, vielleicht sogar der Welt.“ Er sei vergleichbar mit einer Fußballweltmeisterschaft.

Ganz entscheidend für das Ansehen eines Musikerwettbewerbs sei die Auswahl der Juroren, erläutert Rometsch die Gründe des dauerhaften Erfolgs. Immer wieder habe er Stars ihres Instruments in die Jury holen können, darunter der schwedische Posaunist, Komponist und Dirigent Christian Lindberg, der kroatische Hornist Radovan Vlatković und der deutsche Klarinetist Ralph Manno. „Für Musiker ist es wichtig, von echten Koryphäen beurteilt zu werden.“ Das verleihe den zu erlangenden Preisen besonders hohes Gewicht.

Deutschlandfunk als Medienpartner

Die Karrieren, die die Preisträger machten, geben dieser Strategie Recht: Jeder konnte Solistenstellen an den renommiertesten Orchestern ergattern, bei den Wiener Philharmonikern, dem Gewandhausorchester Leipzig und anderen Klangkörpern von Weltruf. Auch auf Professorenposten ist mancher Aeolus-Eleve gelandet. Das Magazin „Das Orchester“, der größte Stellenmarkt für Orchester weltweit, schrieb unlängst: „Den Preisträgern stehen nach dem Erfolg in Düsseldorf die Türen der großen Orchester offen, das kann als sicher gelten.“

Ganz ohne treue Partner kommt der Musikwettbewerb nicht aus. Fest verbunden ist der Aeolus mit der Robert-Schumann-Hochschule, in deren Räumen die meisten Runden stattfinden. Die zweite Partnerschaft besteht mit den Düsseldorfer Symphonikern und der Tonhalle. Dort findet traditionell die Final-Runde mit Orchester statt. Dritter Verbündeter ist der Deutschlandfunk als Medienpartner. Von dem Radiosender stammt die Moderatorin Maja Ellmenreich und der Kulturkanal überträgt auch das komplette Finale, das zugleich als Preisträgerkonzert fungiert. Denn jeder Finalist bekommt einen Preis. Und wenn es „nur“ der dritte ist – angesichts des hohen Niveaus bürgt selbst dieser letzte Platz im Finale für außergewöhnliches musikalisches Können.

„In keiner anderen Kunst ist Können so gut messbar wie in der Musik.“

Dr. Sieghardt Rometsch,
Musik-Mäzen

Hochkarätige Jury

Apropos Können: Das hohe musikalische Vermögen ist es, das den Musikliebhaber Rometsch, der selbst einmal Horn gelernt hat, dann aber doch Banker geworden ist, so über alle Maßen begeistert. „In keiner anderen Kunst, nicht in der Malerei, nicht in der Literatur, ist Können so gut messbar wie in der Musik“, sagt Rometsch. „Es wird schnell klar, dass das wirkliche Leistungsträger sind wie bei der Informatik oder Mathematik.“ In anderen Künsten ist das Subjektive viel größer. „Für das Können eines Instrumentalisten gibt es objektive Kriterien.“ Dies zu fördern sei die Triebfeder, beachtliche Summen und viel Zeit in den Musikwettbewerb zu stecken.

Auch in diesem Jahr befinden sich wieder berühmte Musiker in der achtköpfigen Jury, darunter der amerikanische Posaunist Mike Svoboda, der im Verlaufe seiner Karriere schon 400 Posaunenwerke uraufführte. Zum ersten Mal leitet eine Frau das Juroren-Oktett: die polnische Dirigentin Ewa Strusinska, Generalmusikdirektorin der Neuen Lausitzer Philharmonie (NLP) in Görlitz. Der mittlerweile 14. Aeolus-Bläserwettbewerb findet vom 17. bis 22. September in Düsseldorf statt. Alle Runden sind öffentlich, wobei sich das Finale (Sonntag, 22. September, 11 Uhr, in der Tonhalle) stets besonders festlich und spannend gestaltet. Weitere Informationen unter www.aeoluswettbewerb.de.

Lars Wallerang



Die Teilnehmer des Aeolus-Bläserwettbewerbs.

Tierisch gut!

Start-ups mit neue Ideen für Hund, Katze, Pferd & Co.

Dr. Sam kennt sich tierisch gut aus. Er bietet jede Menge Erfahrung und diagnostiziert schnell, was dem Haustier fehlt. Er hat nie ein volles Wartezimmer und ist grundsätzlich bis Mitternacht erreichbar. Seine Spezialität: Video-Sprechstunde per Smartphone. Ein Düsseldorfer Start-up hat die erste digitale Tierarztpraxis Deutschlands gegründet. Nicht als Konkurrenz zu den niedergelassenen Kollegen, versichern die Macher. „Wir sind ein erster Ansprechpartner, aber wir sehen uns nicht als Ersatz für den Tierarztbesuch, wenn der wirklich sein muss“, so Jan Holzapfel.

WENN DIE KATZE DURCHFALL HAT

Sie kennt das aus der eigenen Praxis: Alice Holzapfel, Ehefrau des Gründers, ist Tierärztin, es gehört zu ihrem Alltag, dass Freunde schnell mal anrufen oder eine Whatsapp schicken, weil die Katze Durchfall hat oder der Hund einen Zeckenbiss. Was tun? Die meisten haben dann schon bei „Dr. Google“ nachgeschaut, „was die Unsicherheit meist eher noch verstärkt“. Oft stehe die Frage im Raum, „muss ich überhaupt zum Tierarzt oder kann ich erst mal abwarten und mir eventuell selbst helfen. Meist geht es gar nicht um eine akute Krankheit, sondern eher um einen Rat.“ Aus dieser Erfahrung entstand eine Business-Idee: Dr. Sam, der Online-Tierarzt.

Seit Oktober 2018 ist der Service online. Tierbesitzer können zwischen 8 und 24 Uhr über die Webseite von Dr. Sam einen Termin buchen und sich per Videochat von einem Tierarzt beraten lassen. „Manche Anrufer wollen nur schnell wissen, ob sie ihren Hund impfen lassen müssen“, so Jan Holzapfel, der das Unternehmen gemeinsam mit seinem Partner David Richter gegründet hat. Gelegentlich aber muss sich Dr. Sam auch um einen echten Notfall kümmern, beispielsweise wenn ein

Start-up ist ein schillernder Begriff. Er bezeichnet junge Unternehmen, die entweder über eine innovative Technologie oder ein innovatives (= skalierbares) Geschäftsmodell verfügen und auf schnelles Wachstum angelegt sind. In unserer Serie „Start-ups“ stellen wir Unternehmen vor, auf die diese Eigenschaften zutreffen, die nicht älter als fünf Jahre sind und die ihren Sitz in Düsseldorf oder dem Kreis Mettmann haben. In diesem Teil werden vorgestellt: Dr. Sam Germany GmbH und die Cabasus GmbH.

Hund beim Waldspaziergang in eine Scherbe getreten ist. Nach einem solchen Unfall wird der Transport in eine Klinik empfohlen und der Besitzer in der Erstversorgung telefonisch unterstützt.

Das Angebot des Unternehmens scheint bei Tierbesitzern einen Nerv zu treffen. „Dr. Sam kommt extrem gut an“, lautet das Fazit nach einem knappen Jahr. Wohl auch deshalb: Tierärzte seien im Praxisalltag nur schwierig ans Telefon zu bekommen. „Aber auch im Ernstfall ist die Behandlung in einer Klinik schwieriger geworden“, so Jan Holzapfel. Er zitiert eine Statistik, wonach von 264 Tierkliniken 2016 in Deutschland rund 50 inzwischen geschlossen wurden oder zumindest ihre Nachtdienste aus Kostengründen eingestellt haben.

Sein Fazit: „Die Digitalisierung in der Tiermedizin steht noch ganz am Anfang.“ Also jede Menge Potenzial für Dr. Sam. Die Online-Tierärzte wollen nun ein Netzwerk mit niedergelassenen Kollegen und Kliniken



Dr. Jan Holzapfel, von der Dr. Sam Germany GmbH.



Christiano Estrada ist Gründer der Cabasus GmbH.

aufbauen, an die sie Anrufer überweisen können. Außerdem wollen sie nun in einer zweiten Finanzierungsrunde Partner finden, um das Düsseldorfer Start-up fit für die Zukunft zu machen – und um zu expandieren. Schließlich leben auch in Österreich und der Schweiz Millionen Hunde und Katzen. Und ihre oft ratlosen Menschen. (www.drsm.de)

EINE BUSINESS-IDEE KOMMT AUF TRAB

Pferde-Liebhaber sind sie alle, das ganze Team. Deshalb wissen sie aus eigener Erfahrung: Eine der häufigsten Krankheiten ihrer Lebensgefährten auf vier Beinen sind Koliken. Diese Störungen des Magen-Darm-Trakts können harmlos, aber durchaus auch lebensgefährlich sein. In jedem Fall gilt: Alarmstufe Rot! „Das Problem ist, dass Koliken häufig nachts auftreten, wenn ein Pferd allein im Stall ist“, sagt Christiano Estrada. Diese Erkenntnis brachte seine Business-Idee auf Trab – und die Gründung der Cabasus GmbH.

Mit einem Mix aus technischem Know-how und der Liebe zum Pferd haben sie ihr Produkt geschaffen, das Team um Geschäftsführer

Christiano Estrada (34), der bereits als Entwickler im Silicon Valley in Kalifornien erfolgreich war. Zwei Komponenten sollen dabei eine besonders intensive Verbindung zwischen Mensch und Tier schaffen: Zum einen ein Tracker, der um den Pferdehuf gelegt wird und ähnlich funktioniert wie ein Fitness-Armband bei Menschen. Dieses Gerät, das mit einer App verbunden ist, misst mit Sensortechnik den Herzschlag des Tieres, aber auch jede Art von Bewegung, ob es ausschlägt, sich hinlegt, den Kopf bewegt oder gestresst ist. Die Logik dahinter: „Wenn ein Pferd an einer Kolik leidet, dann macht es ganz typische Bewegungen, auch kündigen seine Vitalparameter diese Erkrankung an“, so Christiano Estrada. Weichen die Werte von der Normalität ab, wird der Besitzer alarmiert.

Später soll diese Technik auch zum Einsatz kommen, um bei anderen Erkrankungen schneller reagieren zu können, beispielsweise wenn ein Pferd lahmt. Aber der Tracker soll nicht nur in Notsituationen hilfreich sein, das Team plant als zweiten Schritt, die Sensortechnik auch dafür zu verwenden, um die Fitness eines Tieres zu protokollieren. Wie viel bewegt sich ein Pferd, wie schnell ist es unterwegs,

exakt wie viele Schritte legt es zurück – all das können die Sensoren an den Hufen messen.

Das Team arbeitet eng mit Tierärzten, Physiotherapeuten, Osteopathen und Pferdetrainern zusammen. Deren Qualifikation ist die Basis für Cabasus, Internationalität das erklärte Geschäftsmodell. So ist jetzt bereits ein zweites Team in Kalifornien tätig, und Patente für den Pferde-Tracker wurden in Deutschland und in den USA angemeldet. Das Unternehmen wurde bereits mit mehreren Preisen ausgezeichnet, wird gefördert vom Digihub Düsseldorf und ist derzeit auf der Suche nach Investoren.

Am Erfolg seiner Erfindung besteht für Christiano Estrada kein Zweifel: Allein in Deutschland leben über eine Million Pferde, deren Besitzer potenzielle Kunden von Cabasus sind. Dass die Beziehung zwischen Mensch und Pferd noch intensiver ist als bisher angenommen, das haben gerade japanische Wissenschaftler herausgefunden. Danach können die Tiere mit ihren feinen Antennen Emotionen, die ein menschliches Gesicht ausdrückt, erkennen. Fazit der Forscher: Pferde können ihre Menschen lesen und sind irritiert, wenn diese sich verstellen. (www.cabasus.com)

Ute Rasch



Johannes Süß (rechts) gibt Starthilfe an der Wasserski-Seilbahn.

Ausgebildet wird bei der Wasserski Langenfeld GmbH auch: **Lena Uttermann** (zweite von links) zum Beispiel ist angehende Verkaufsfrauen.

Manche kommen nur mit Badehose

Ein Tag im Leben von ... Johannes Süß ist der Seniorchef von Wasserski Langenfeld. Aus einem Baggerloch wurde eine Vorzeiganlage für 400.000 Besucher im Jahr.

Auch das gehört zum kleinen Einmaleins der Planungspolitik: Unternehmen müssen ihren Platz dort sicher haben, wo sie mit der Nachbarschaft in Frieden und zukunftsorientiert existieren können. Damit dies konfliktfrei funktioniert, gibt es ein ausgeklügeltes Planungsrecht. Zum Beispiel passt kein Industriebetrieb ins reine Wohngebiet, so wie es auch für Handel, Handwerk, Gewerbe und Dienstleistung entsprechende Regeln gibt, damit das Miteinander störungsfrei über die Bühne geht.

DIE RHEINISCHE FRUCHTFOLGE

In Langenfelds Ortsteil Berghausen hat es über das Thema „Wer war früher da oder wer rückt wem zu nah auf den Pelz“ keinen Streit gegeben. Dementsprechend locker geht Johannes Süß auch das Wort von der „Rheinischen Fruchtfolge“ über die Lippen. Als in den 1970er Jahren das letzte Steinchen des unter der Erdkrume lagernden Kiesvorkommens ans Tageslicht gebracht worden war, verwandelte sich der Auskieser Süß in den Betreiber einer Wasserski-Anlage. Und die ist heute die größte weltweit und damit ein Vorzeigemodell. Johannes Süß kann anschaulich berichten, wie vor 60, 70 Jahren die stattlichen Kiesvorkommen entlang des Rheins für die boomende Baubranche ausgebeutet wurden. So stammt auch der Untergrund für die nicht weit entfernte Autobahn 59 aus dem ersten väterlichen Baggerloch. „Ein Auskieser war damals ein Wanderzirkus“, erzählt der 67-Jährige. „Wenn das eine Baggerloch erledigt war, wurde das nächste in Angriff genommen.“ Nicht umsonst heißt es noch heute, dass der Kies das Gold des Niederrheins ist. Und um weiter im Bild von der Rheinischen Fruchtfolge zu bleiben: „Die Reihenfolge vom Auskieser, Auffüllen und mancherorts Industriedraufsetzen haben wir erweitert, indem unsere Seen als Oase zwischen den Großstädten erhalten blieben.“ Am Niederrhein gibt es etliche Seenlandschaften

mit Wassersport- und Freizeitanlagen, Campingplätzen und Ferienhaussiedlungen – zum Glück aber auch einige, deren Fauna und Flora planungsrechtlich abgesichert unter Schutz gestellt sind.

Vor mehr als 40 Jahren stellte sich auch für Süß die Frage: „Was machen wir mit unserem ausgeräumten Baggerloch?“ Angelsport und Windsurfen hätten sich als Optionen zwar angeboten, aber „irgendjemand“ sei dann doch auf die Idee mit der Wasserski-Seilbahn gekommen. Von da an seien zum eigenen Baggerloch das eine oder andere dazu gekauft und weitere Grundstücke gepachtet oder getauscht worden. Heute gibt es in Langenfeld vier Bahnen, die 600 bis 800 Meter lang sind. 400.000 Besucher reisen im Jahresmittel aus einem Umkreis von mehr als hundert Kilometern an und lassen sich mit Tempo 30 übers Wasser ziehen, springen mehr oder weniger trickreich über die auf dem See schwimmenden Rampen oder schauen einfach nur zu. Der letzte Schrei: In der zweiten Saison gibt es hier auch eine offene Deepwater-Welle, wie man sie normalerweise nur an Flüssen wie dem Münchener Eisbach kennt. „Surf Langenfeld“, die Unternehmenstochter von Wasserski Langenfeld, ist zum Mekka der Surfszene geworden.

Sie kommen als Einzelkekse, manche nur mit der Badehose im Gepäck, die Ausrüstung kann man sich ja auch vor Ort ausleihen. Oder sie organisieren sich in wassersportverrückten Nachbarschaften, festen Freundeskreisen oder übers Internet ganz locker gruppenweise. Viele von ihnen kennt Johannes Süß aus der Zeit, als sie in jungen Jahren zum ersten Mal auftauchten. Wenn er erzählt, dass manche inzwischen untereinander geheiratet haben und ihm auch paarweise immer noch die Treue halten, schwingt ein wenig Rührung mit. Heute kommen an Spizentagen bis zu 2.500. Vor allem in den Tagen vor und nach den Ferien kommen viele Schulklassen, die ersten morgens um acht, die letzten nachmittags um zwei.

Auch darüber kann sich der Wassersport-Unternehmer freuen: „Die Anlage ist gleichmäßig ausgelastet, vom reinen Schönwettergeschäft haben wir uns völlig entfernt.“ So kommt zum Jahresende hin die letzte Gruppe am 24. Dezember, immer zuverlässig von zehn bis zwölf Uhr. Betriebspausen sind die Monate Februar und März.

Dass Wilhelm Sühs, der inzwischen verstorbene Firmenpatriarch, mit seinen fünf Söhnen vom Auskieser zum Wassersport-Unternehmer wurde, war auf den Spuren besagter Fruchtfolge eine rein unternehmerische Entscheidung. Auf Wasserski-Brettern hatte bis dahin keiner von ihnen gestanden. Wie sich so etwas rasch ändern kann, belegt, dass Konrad, der jüngste der vier, es zum Vizeeuropameister im Barfußlaufen schaffte. Heute betreibt er die Wasserski-Anlage in Duisburg-Wedau. Und Johannes Süß' Frau Gisela sammelte unter ihrem Mädchennamen Pohlmann jede Menge Lorbeeren als Deutsche Meisterin und Europameisterin.

AUCH MAL AUF DEN MOTORMAST

Wasserski Langenfeld ist eine GmbH, an der auch die beiden Söhne Benjamin und Florian beteiligt sind. Sie verantworten das Tagesgeschäft, der Vater, studierter Bauingenieur und vom hiesigen Industrieverein 2013 als Unternehmer des Jahres ausgezeichnet, wirkt im Hintergrund. Dann überlegt er sich auch, wie der Campingplatz mit den jetzt 200 Parzellen erweitert oder wie mit dem benachbarten Freizeitzentrum gemeinsame Sache gemacht werden kann. Oder er hilft einfach bei der Ausgabe von Schwimmwesten, wenn die Schulklassen gerade wieder einmal Schlange stehen – oder er klettert auf den Motormast der Seilbahn, wenn's da mal hakt. Zugegebenermaßen passiert das aber eher selten.

Matthias Roscher



MOBILITÄTS PARTNER DÜSSELDORF

WERDEN SIE MOBILITÄTSPARTNER!

Wirtschaft und Gesellschaft müssen sich bewegen können. Garant dafür ist auch künftig der Erhalt von Mobilität, wenn sie nicht nur effizient, sondern auch umweltverträglich gestaltet wird.

Positive Umwelteffekte durch geringere Emissionen sind daher das Ziel der Mobilitätspartnerschaft von Wirtschaft und Stadt Düsseldorf. Die Initiative will die Unternehmen ermutigen, sich jetzt damit zu beschäftigen, wie sie künftig mobil bleiben können.

Als Mobilitätspartner bekennen Sie sich als Unternehmer zu einer effizienten und umweltgerechten Mobilität. Ihr Vorteil: Mit praxistauglichen Maßnahmen organisieren Sie Ihre betriebliche Mobilität effizienter und ökologischer. Und nicht zuletzt können Sie als Mobilitätspartner Ihr Umwelt-Engagement auch zeigen: mit dem Logo „Mobilitätspartner Düsseldorf“.

Mehr dazu unter: www.duesseldorf.de/mobilitaetpartnerschaft

Das Schreckgespenst des Online-Handels

Beim Online-Banking haben sich inzwischen zahlreiche neue Zahlungsarten und Zahlungsdiensteanbieter etabliert – und zwar nicht von klassischen Banken, die bereits einer staatlichen Regulierung unterliegen, sondern von Fintechs, also Unternehmen, die digitale Finanzinnovationen anbieten.

Gut, dass auch sie nicht agieren können, wie sie wollen. Die seit 2007 geltende Payment Services Directive (PSD) der EU wird nun durch die zweite Zahlungsdiensterichtlinie (PSD2) ersetzt. Dies sorgt unter anderem dafür, dass ab dem 14. September die Verpflichtung zur starken Kundenauthentifizierung (Strong Customer Authentication, kurz SCA) gilt. Man kann durchaus behaupten, dass es sich dabei um die größte Neuerung im Zahlungsverkehr seit Einführung der IBAN handelt. Eine solch verschärfte Regulierung war überfällig, denn das Minenfeld der Gefahren im Internet ist enorm. Es ist deshalb notwendig, den elektronischen Zahlungsverkehr sicherer und transparenter zu machen, wenngleich die Umsetzung zweifelsfrei vieles verkompliziert. Dies zeigt sich derzeit vor allem bei Onlinehändlern daran, dass noch ein erheblicher Anpassungsbedarf besteht. Daher wird die BaFin vorerst auch über den 14. September hinaus nicht auf eine SCA bestehen. Doch um es an dieser Stelle bereits vorweg zu nehmen: Juristisch gesehen, wird die PSD2-Richtlinie an Onlinehändlern weitestgehend vorbeirauschen. Der Grund: Durch die PSD2 werden grundsätzlich die Zahlungsanbieter wie Paypal oder Visa verpflichtet. Die meisten Onlinehändler treten nicht selbst als Zahlungsdiensteanbieter auf, sondern bedienen sich zur Abwicklungen von Zahlungen gerade solcher Anbieter. Bei Zahlungen per Lastschrift, Rechnung, Vorkasse oder per Nachnahme, die Händler selbst durchführen, müssen sie sich hingegen über die PSD2 keine Gedanken machen. Dennoch agieren Händler, die bei dem Thema die Hände in den Schoß legen, fahrlässig. Sie sollten die verbleibende

Zeit nutzen und prüfen, ob ihr Paymentanbieter bereits die nötigen Systeme unterstützt und ob hierfür technisch noch etwas implementiert werden muss. Insofern stellt sich die PSD2 für Onlinehändler weniger als ein juristisches, denn als ein technisches Problem dar. Damit ist die derzeitige Aufregung übertrieben. Vielfach dürfte es bereits reichen, ein Plugin zu installieren, das zumeist vom Zahlungsdiensteanbieter bereitgestellt wird. Trotzdem scheinen nicht nur die



„Onlinehändler fühlen sich nicht ausreichend vorbereitet.“

Zahlungsdienstleister mit der Umsetzung der PSD2 ihre Probleme zu haben, denn auch Onlinehändler fühlen sich nicht ausreichend vorbereitet. Das verwundert: Denn die anstehende Novelle ist seit langem bekannt. Der Onlinehandel fürchtet Geld einbußen. Und diese Befürchtung ist nachvollziehbar. Die Umsetzung der PSD2 verkompliziert die Zahlungsabwicklung erheblich, was für Kunden beim gemütlichen Kauf auf der Couch zumindest anfangs vermehrt zu Zahlungsabbrüchen führen dürfte. Denn wer als Kunde künftig den zusätzlichen Faktor (Gerät oder App) nicht zur Hand hat, kommt bei der Kaufabwicklung nicht weiter. Doch die Neuerung bringt auch Vorteile für Unternehmen mit sich. Vor allem die Möglichkeit, künftig Einblick in die Kontodaten der Kunden erhalten zu können, birgt großes Potenzial. Durch die Richtlinie wird das Monopol der Banken auf Kontodaten gebrochen und Unternehmen können wahre Datenschätze heben. Dies eröffnet Chancen, Angebote viel mehr als bisher zu personalisieren, Zahlungsausfallrisiken können minimiert und innovative Zahlungsmethoden eingeführt werden. Bestenfalls belebt die Novelle die Fintech-Szene, was letztlich auch zu einer Stärkung des Technologiestandorts Deutschland führt.

Christian Solmecke, Rechtsanwalt und Partner der Kölner Medienrechtskanzlei Wilde Beuger Solmecke, Buchautor

14

Fragen an ...



... Elko Böhm,

Projekt- und Teamleiter der
Niederlassung Wülfrath der Trips Group

Die Trips Group automatisiert seit 40 Jahren Anlagen der Prozess- & Fertigungsindustrie. Mit dem Standort Wülfrath ist sie seit zehn Jahren direkt vor Ort beim Kunden.

Wo möchten Sie leben?

Genau hier, da ich mich sehr wohl fühle.

Was schätzen Sie am Standort Düsseldorf?

Die Kundennähe, das landschaftlich schön gelegene Büro und die gute Anbindung an das Autobahnnetz.

Was sollte für den Standort noch getan werden?

Schnelleres Internet.

Welchen Beruf hätten Sie gern ergriffen?

Aufgrund der vielfältigen Tätigkeiten, die mein Job mit sich bringt, bin ich so sehr zufrieden.

Ihre größte Stärke?

Ich bin kompromissbereit und habe immer ein offenes Ohr für Mitarbeiter und Kunden.

Ihre größte Schwäche?

Zu wenig Zeit für Familie und Freunde.

Welche Eigenschaften schätzen Sie bei Ihren Gesprächspartnern am meisten?

Zuverlässigkeit und eine enge Zusammenarbeit.

Welche Eigenschaften Ihrer Gesprächspartner schätzen Sie am wenigsten?

Festgefahrene Strukturen und fehlende Offenheit für neue Ideen.

Wie verbringen Sie Ihre Freizeit am liebsten?

Mit Modellbau. Hier reizt mich die vielfältige Technik in Miniatur.

Wer gehört zu Ihren Vorbildern?

Hans Riegel.

Welche Reform bewundern Sie am meisten?

Aktuell keine. Bewundern würde ich (eine) effektive Landwirtschaftsreform(en). Denn wir haben unter anderem ein großes Höfesterben in Deutschland. Landwirtschaft wird immer unattraktiver – gerade für Familienbetriebe. Meiner Meinung nach benachteiligt die EU, durch Auflagen und Vorgaben, gerade diese Betriebe. Einige Lebensmittelvorgaben der EU sind für mich nicht nachvollziehbar, etwa Zulassungen von Obst-/Gemüsesorten. Hier sind Reformen überflüssig, da es sich durch den Verbraucher selbst regelt.

Wären Sie Politiker, was würden Sie sofort ändern?

Die Rentenreform, die Verkehrs- und insbesondere die Bahnpolitik.

Bitte vervollständigen Sie den Satz:

Der Wirtschaft geht es gut, wenn ...

... politische Themen ruhig und sachlich angegangen werden. Euphorie ist hier völlig fehl am Platz.

Wie lautet Ihr Lebensmotto?

Ein Tag ohne Lächeln ist ein verlorener Tag (C. Chaplin).



I novator



Industriefore
Garagenfore

Brandschutzfore
Haustüren

Beratung • Vertrieb
Montage • Service

INOVATOR Schnellaufstore GmbH
Industriestr. 67 • 40764 Langenfeld
Tel.: 02173/9763-0 • Fax: -24
E-Mail: info@inovator.de
www.inovator.de

JA Telematik



Fichtestraße 19, 40789 Monheim
Tel: 02173 1601479
Mobil: 0176 41524799
E-Mail: info@jatelematik.de
www.jatelematik.de

- Beratung
- Vertrieb
- Installation
- Service

Münzhandlung Ritter



MÜNZHANDLUNG RITTER
GMBH

ANKAUF
VERKAUF
BERATUNG

Immermannstr. 19 • 40210 Düsseldorf
Tel.: 0211-367800 • Fax: 0211-36780 25
E-Mail: info@muenzen-ritter.de
www.muenzen-ritter.de

SonnenSichtBlendschutz

www.SonnenSichtBlendschutz.de
Maßgefertigte Sonnenschutzanlagen und -Folien

Hydrostudio

Raubegrünung mit Hydrokulturen und Kunstpflanzen
www.hydro-studio.de

Sonderveröffentlichungsthemen* der nächsten Ausgaben:

November: Personaldienstleistungen und Zeitarbeit

Sebastian Hofer
Leiter Corporate Publishing
Tel. +49 (211) 505-2402
sebastian.hofer@rheinische-post.de

* Änderungen der Themen vorbehalten




BARCAMP
23.09.2019 • DÜSSELDORF
 

**JETZT
ANMELDEN**

MOVING CITY

LOGISTIKSZENARIEN DER ZUKUNFT

Grundlagen schaffen, Fakten checken
und Potenziale erkennen

IN KOOPERATION MIT:



VERANSTALTER:



Weitere Informationen und Anmeldung unter:
www.dvz.de/barcamp