



WIR

#04/2021

(Neuausgabe nach Relaunch)

WIRTSCHAFT IM REVIER

Das Magazin der IHK Mittleres Ruhrgebiet



GENERATION CORONA

Ist die Jugend durch die Pandemie „lost“ – oder ergeben sich sogar neue Chancen?

SMART CITY

Smart werden viele Städte. Bochum geht dabei einen ganz eigenen Weg.

STREIFZUG

Ein spannender Spaziergang durch Herne-Wanne.

Ohren auf. Hirn an.



**FERN-
SEHER**

Ein Podcast der IHK
Mittleres Ruhrgebiet



**Jeden Freitag
eine neue Episode**

wir.netzn.de/fernseher





Liebe Leser:innen,

schon die Anrede macht deutlich: Es tut sich so einiges in Ihrer IHK Mittleres Ruhrgebiet. Das gilt für den Entschluss, in der Kommunikation zu gendern, ebenso wie für unser Magazin, das wir neu konzipiert haben. Ich hoffe, die neue „WIR“ gefällt Ihnen, und wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen.

Aber dies sind natürlich nicht die einzigen Themen, die unsere IHK beschäftigen. Am 20. Oktober werden die Kandidatinnen und Kandidaten für die neue Vollversammlung offiziell bekannt gegeben. Vielen Dank an alle, die sich – zum ersten oder zum wiederholten Mal – in der Vollversammlung und damit für die Wirtschaft im Mittleren Ruhrgebiet engagieren.

Vielen Dank auch an jene Wahlhelfer:innen, die für uns die „Werbetrommel gerührt“ haben. Als Ihr Präsident möchte ich an jede und jeden von Ihnen appellieren: Wählen Sie! Die Vollversammlung ist das einzige Beschlussgremium der IHK und nimmt maßgeblich Einfluss auf die Wirtschaft vor Ort.

Die neuen Vollversammlungsmitglieder können sich auf spannende Themen freuen – so etwa den Umzug unserer IHK vom Ostring an den Gerard-Mortier-Platz. Vor diesem Hintergrund bin ich in letzter Zeit oft zitiert worden, betone es an dieser Stelle aber gern noch einmal: Wir wollen das nachhaltigste, modernste Kammergebäude der Welt bauen.

Sie sehen also: Es tut sich wahrhaftig so einiges in Ihrer IHK Mittleres Ruhrgebiet. Begleiten Sie uns auf diesem Weg; wählen Sie die neue Vollversammlung, lesen Sie unsere neue WIR und geben Sie uns gern Feedback. Kurzum: Machen Sie mit! Nur, wer sich einbringt, kann etwas verändern.

Herzliche Grüße
Ihr

Wilfried Neuhaus-Galladé



08

Editorial 03

Kompakt

06 Projekt Neustart: Gemeinsam besser aus der Krise

Mitmachen bei der Konjunkturumfrage

VC Ruhr lädt Start-ups ein

07 IHK plant Umzug

Ihre Meinung, bitte!

Die Story 08

Generation Corona

Die Pandemie hat die Jugend stark eingeschränkt. Neben negativen Folgen ergeben sich daraus aber auch Chancen.

Ausbildung

14 Take a picture

Eindrücke von den ersten Arbeitstagen der Azubis.



Innovation 22

22 Bochum! So smart!

Im Gespräch mit Denes Kücük, Chief Digital Officer der Stadt Bochum.

24 Wettkampf um die Straße

Nachhaltige Mobilität

26 Ruhrgebiet 2050

Studie zu den Zukunftsszenarien der Mobilität.

28 Zusammen. Innovativ.

Inno-Netzwerk-Produktion

Handel

16 Hello, Erlebniscity!

So kann die Innenstadt von morgen aussehen.

19 Die Mischung macht's

So kann's klappen

Innovative Ideen für mehr Leben in der City

Standpunkte 20

Gendern – Chancengleichheit oder eher frauenfeindlich?

Dr. Beate von Miquel versus Prof. Dr. Walter Krämer

New Learning

30 Corona: Der Booster für Digitalisierung

Die Coronakrise hat an vielen Stellen einiges bewegt.

32 Bring your own device!

Rechtliche Fragestellungen rund ums Homeoffice.

Deep Dive

34 Setlog

Maximale Transparenz für Menschenrechte.



Nachhaltigkeit

38 Vom Bergwerk zum Giga-Wärmespeicher

Das Thema Geothermie hat richtig viel Potenzial. Interview mit Prof. Dr. Ralf Bracke vom Fraunhofer IEG.

42 Grüner Stahl!

Nachhaltige Stahlproduktion ist selbstverständlich für die Friedr. Lohmann GmbH.

43 Nachhaltig in die Zukunft

J. D. Neuhaus setzt auf nachhaltiges Handeln und 20.000 neue Mitarbeiter:innen.

44 VfL Bochum 1848: engagiert für mehr Nachhaltigkeit

Der Bundesligist entwickelt eine Nachhaltigkeitsstrategie.



Fünf Fragen an

46 Andrea Kehry-Rudolph von Die POTTEERY

Einblicke in den Arbeitsalltag und den Kühlschrank der Inhaberin.



Auf die Ohren

Von Gummifröschen und Gaming Rooms

Ein Gespräch mit den Machern von Bullshit TV.

Zukunft

47 Blick nach vorn!

Beschäftigt euch mit Innovationen!
Ein Appell von Prof. Dr. Jens Pöppelbuß.

50 Robo, der neue Kollege

Das Projekt HUMAINE stellt die Weichen für die Zukunft der Arbeitswelt.



Von den Wirtschafts junior en

52 Wir hinterlassen unsere Spuren überall

53 Jahresbericht eines WJ-ler

Streifzug durch ...

Herne-Wanne

Auf Entdeckertour im Mittleren Ruhrgebiet.

Start-up-Szene

54 Gründungen hopp, Digitalisierung topp

Durch Corona gingen die Gründungen 2020 massiv zurück.

55 Weit mehr als eine Schnapsidee

Die LiquorMacher – zwei Bochumer Jungs kümmern sich um traditionelle Spirituosen.

Auf.Bau

CENDAS stellt die Baubranche auf den Kopf.

Schlussgezwitscher

62



Wandel geht nicht ohne Widerstand.
Alles Neue braucht Mut!

Projekt Neustart: Gemeinsam besser aus der Krise

Mit dem Projekt Neustart will die IHK Mittleres Ruhrgebiet den Mitgliedsunternehmen helfen, schnellstmöglich aus der Krise herauszukommen und wieder durchstarten zu können.

Dazu sollen u. a. die Wirtschaftsbüros in Herne, Witten und Hattingen gestärkt werden und neben dem Hauptstandort in Bochum die Funktion als Stadtlabor übernehmen.

Hier steht der Dialog mehr denn je im Mittelpunkt: Ideen sollen gemeinsam entwickelt, diskutiert und pragmatisch umgesetzt werden. Falls notwendig, ermöglicht die IHK auch eine Anschubfinanzierung für gewisse Projekte. Weitere Mittel sollen über Fördermöglichkeiten und durch Investor:innen eingeholt werden.

*(Eric Weik, Hauptgeschäftsführer
IHK Mittleres Ruhrgebiet)*

Einige Workshops mit Vertreterinnen und Vertretern aus der Unternehmenschaft haben bereits im Juli und August stattgefunden: Welche Hilfe brauchen Unternehmer:innen? Welche Eigenschaften sollten die Stadtlabore haben? Welche Lage eignet sich? Parallel erfolgt die Ansprache von Multiplikatoren, Unterstützern und möglichen Beteiligten.

Mehr Informationen zum „Projekt Neustart“ sowie die besonderen Themen- und Aufgabenbereiche finden Sie auf wir.netzn.de/neustart oder bei Christiane Auffermann, IHK Mittleres Ruhrgebiet, 0234 9113-133, auffermann@bochum.netzn.de



Wirtschaftstalk
zum Thema Neustart
auf [www.ihkwahl21.de/
veranstaltungen](http://www.ihkwahl21.de/veranstaltungen)



Wirtschaftstalk mit engagierten Unternehmerinnen und Unternehmern zum Projekt „Neustart“ in den Neuen Höfen in Herne:

Bernadetta Brandenburg, LBS Bochum, Gebietsleiterin; Henrich Kleyboldt, IFÜREL EMSR-Technik GmbH & Co. KG, Geschäftsführung; Moderatorin Katja Leistenschneider; Andrea Kehry-Rudolph, Die POTTEERY, Hattingen, Inhaberin; Thomas Binsfeld, Landmarken AG, Aachen, Mitglied der Geschäftsführung und Prokurist

Konjunkturumfrage. Mitmachen! Weil Wissen hilft, zu helfen.

Eine unserer Hauptaufgaben ist es, das gesamtwirtschaftliche Interesse vor Politik und Verwaltung zu vertreten. Dafür sind wir auf Ihre Hilfe angewiesen: Um Ihre Interessen bestmöglich zu berücksichtigen, müssen wir wissen, wie es um Ihr Unternehmen steht. Dazu dient uns die Konjunkturumfrage, die wir zweimal im Jahr durchführen.

Die Ergebnisse dieser Umfragen fließen in den traditionellen „Ruhrlagebericht“ der IHKs im Ruhrgebiet ein – und dienen den politischen Entscheidungsträgern auf Landes- sowie Bundesebene als Grundlage. Je mehr Unternehmer:innen an unseren Konjunkturumfragen teilnehmen, desto repräsentativer sind die Ergebnisse. Und desto passgenauer ist die Unterstützung, die wir Ihnen als Ihre IHK Mittleres Ruhrgebiet bieten können. Sie möchten in unseren Konjunktur-Verteiler aufgenommen werden? Schreiben Sie uns gern eine Mail an konjunktur@netzn.ihk.de.

VC Ruhr hat zum zweiten Mal in der Rotunde stattgefunden.

Am 9. September 2021 fand in der Rotunde in Bochum die zweite Runde der IHK-Initiative VC Ruhr statt. Hierbei handelt es sich um ein Forum für etablierte Unternehmen, Mittelständler:innen sowie Privatpersonen, die als regionales Business-Angel-Netzwerk fungieren und sich an Start-ups mit Wachstumspotenzial beteiligen oder mit ihnen kooperieren möchten.

Auch in diesem Jahr hatten wieder sechs von der NRW.BANK ausgewählte regionale Start-ups die Möglichkeit, sich in einem Pitch vorzustellen und mit den etwa 50 Unternehmen ins Gespräch zu kommen.

Im kommenden Jahr sind weitere Veranstaltungen geplant. Alle nötigen Informationen sowie Ansprechpersonen zu VC Ruhr finden Sie auf www.netzn.de, Stichwort „VC Ruhr“.

IHK plant Umzug in ein neues nachhaltiges Kammergebäude.

Die Industrie- und Handelskammer Mittleres Ruhrgebiet verlässt ihr 1960 erbautes Domizil am Ostring. Der neue Hauptstandort soll am Westpark auf einem 2.750 Quadratmeter großen Grundstück am Gerard-Mortier-Platz entstehen.

Für das Gebäude hat die IHK ambitionierte Ziele: „Wir wollen das nachhaltigste, modernste Kammergebäude der Welt haben“, sagt IHK-Präsident Wilfried Neuhaus-Galladé. Im August 2021 hat die Industrie- und Handelskammer (IHK) Mittleres Ruhrgebiet die funktionale Leistungsbeschreibung für den Bau ihres neuen Gebäudes veröffentlicht. Die IHK Mittleres Ruhrgebiet sieht sich als Vorreiter – das soll sich auch im neuen Kammergebäude widerspiegeln: Nach Vorschlägen von Haupt- und Ehrenamt soll das neue IHK-Gebäude mit Solaranlagen ausgestattet werden, und es sollen möglichst nachhaltige Materialien eingesetzt werden, die nach einem Rückbau wiederverwendet werden können (Cradle-to-Cradle-Ansatz). Außerdem ist eine Bepflanzung der Fassade erwünscht (Vertical Farming). „Andere reden über Nachhaltigkeit – wir machen einfach“, fasst Hauptgeschäftsführer Eric Weik die Pläne zusammen.



Nachhaltigkeit hat beim neuen Kammergebäude oberste Priorität – und die wird man auch sehen können!

Die funktionale Leistungsbeschreibung wurde im Deutschen Vergabeportal (www.dtyp.de) veröffentlicht und ist damit europaweit ausgeschrieben. Bei einer funktionalen Leistungsbeschreibung gibt die Auftraggeberin bzw. der Auftraggeber keinen detaillierten Leistungskatalog vor, sondern definiert die zu erbringende Leistung nach dem zu erreichenden Ziel. Die Rahmenbedingungen werden vorgegeben. Ein Konzeptwettbewerb zwischen den Bietenden entscheidet über die Vergabe.

Ihre Meinung, bitte!

Wir wollen mit unserer Arbeit neue Maßstäbe setzen – und den gleichen Anspruch haben wir an die neue WIR. Moderner, offener, mit relevanten Themen, die wir spannend beleuchten wollen.

Dafür sind auch einige „Dauergäste“ der letzten Jahre auf einen reinen Online-Platz gerutscht. Urkundenübergaben an Unternehmen, Dienstjubiläen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern – diese Informationen finden Sie künftig auf www.netzn.de. Einfach das Stichwort „Urkunde“ oder „Jubiläum“ eingeben.

Handelsregistermeldungen finden Sie auf www.handelsregisterbekanntmachungen.de und Informationen sowie Entwicklungen unsere Rechtsgrundlage betreffend auf www.bundesanzeiger.de, Stichwort „IHK Mittleres Ruhrgebiet“.



Dadurch, dass wir in der WIR künftig auf die oben genannten Beiträge verzichten, haben wir umso mehr Platz für spannende Berichte rund um Start-ups, Nachhaltigkeit und Innovation. Gern möchten wir wissen: Wie gefällt Ihnen das? Was vermissen Sie? Was finden Sie gut? Welche Anregungen haben Sie für uns? Helfen Sie mit, Gutes noch besser zu machen.

Unter wir@netzn.ihk.de freuen wir uns über Ihr Feedback.

GENERATION CORONA

Die Corona-Pandemie brachte der Jugend große Einschränkungen: 1,5 Jahre lang musste sie weitgehend auf geregelten Schulunterricht und Kontakt zu Gleichaltrigen verzichten. Welche negativen Folgen kann das haben oder ergeben sich daraus vielleicht sogar Chancen für Jugendliche?

Lost. Das war das Jugendwort im Jahr 2020. Ein Zufall ist das nicht. Verloren, unsicher, ahnungslos – diese Adjektive umschreiben ziemlich genau, wie sich die Kinder und Jugendlichen der Corona-Jahrgänge gefühlt haben müssen und noch fühlen. Monatelang ohne Schule, ohne Gleichaltrige, ohne Vereine. „Alle nicht fachlichen Anerkennungsräume waren auf null gesetzt. Freunde treffen, Fußballspielen mit Lob durch den Trainer – all das und noch viel mehr hat nicht stattgefunden“, sagt Psychologin Birgit Penczek vom Kölner Büro für Zukunft. Sie und Gründer und Sozialarbeiter Michael Hanschmidt gehen seit vielen Jahren für IHK und Unternehmen in Schulen und führen dort Berufswahlorientierungen durch. In den vergangenen Monaten haben sie in

Schulen und Unternehmen mit dem Jahrgang Corona gearbeitet und eigene Module entwickelt, mit denen die Jugendlichen unterstützt und auch digital beraten und abgeholt werden können.

„Corona hat zu großen Defiziten geführt“,

ist Birgit Penczek überzeugt. „Wir sind soziale Wesen und lernen durch Erfahrungen. Wenn diese sich erheblich reduzieren, kommt es insbesondere bei Jugendlichen zu Problemen. Sie konnten sich im Lockdown weniger ausprobieren und in Gruppen und Lernorten rückbestätigen“, so die



Psychologin. Dieses Gefühl des In-der-Luft-Hängens habe viele Jugendliche sehr aus dem Gleichgewicht gebracht und stark verunsichert. „Wer vorher schon latent ängstlich oder depressiv war, bei dem kann sich dieses Verhalten in der Corona-Zeit verstärkt oder gar manifestiert haben.“ Erschwerend kommt hinzu, dass der Faktor Zeit in der Jugend vollkommen anders wahrgenommen wird als im Erwachsenenalter: Drei Monate Lockdown sind für einen Jugendlichen eine Ewigkeit. „Das ist eine unglaublich lange Zeit, in der eh viel mit ihnen passiert“, so Penczek.

Die Verunsicherung der Jugendlichen betrifft ihrer Erfahrung nach vor allem auch ihre Zukunftspläne: Was ist eigentlich

mein Abschluss nach der langen Phase des Homeschooling wert? Wie geht es jetzt für mich weiter? „Diese Themen bereiten ihnen große Sorgen. Schließlich gab es durch Corona nur reduzierte Berufsberatung in den Schulen und wenig bis keine Praktika. Und es haben auch keine Messen stattgefunden. Folglich hingen sie ziemlich in der Luft.“

Die Unternehmen müssen sich verstärkt um ihre Azubis kümmern

Birgit Penczek und Michael Hanschmidt sehen die auszubildenden Unternehmen darum in der Verantwortung: Sie sollten sich verstärkt um die jungen Menschen kümmern, die unter



Michael Hanschmidt,
Gründer und Inhaber des
Büros für Zukunft

Birgit Penczek,
seit 2006 Fachberatung
beim Büro für Zukunft;
sie arbeitet als Trainerin
und Beraterin

Büro für Zukunft

ist seit 2002 in der Seminar- und Beratungsarbeit mit Menschen aktiv. Es arbeitet aktuell mit ca. 2.000 Jugendlichen aller Schulformen und zieht daraus seine Langzeitbeobachtungen. Im März 2021 war Michael Hanschmidt vom Büro für Zukunft Referent beim digitalen MeetUp der IHK Mittleres Ruhrgebiet zum Thema „Azubis 2021“.

www.buerofuerzukunft.de

anderthalb Jahren Corona-Pandemie gelitten haben: „Die Jugendlichen waren stark auf sich zurückgeworfen. Umso mehr empfehlen wir den Firmen jetzt, auf maximale Betreuung zu setzen“, sagt Michael Hanschmidt. Durch Corona seien einige Defizite bei den sogenannten Soft Skills entstanden: Das Verhalten in der Gruppe oder die Bereitschaft, sich zurückzunehmen oder auch mal Kompromisse einzugehen, habe in den vergangenen Monaten nicht ausreichend „trainiert“ werden können. Darauf müssten sich die Unternehmen genauso einstellen wie darauf, dass durch Corona ungewöhnlich viele Schüler:innen direkt und ohne eingeschobenes „Reifungsjahr“ mit Reisen oder freiwilligem sozialem Jahr o. Ä. in die Ausbildung starten. „Die Corona-Jahrgänge brauchen ein erhöhtes Onboarding in der Ausbildung“, sagt Michael Hanschmidt. „Gewisse Inhalte können zwar digital über Teams oder Zoom vermittelt werden. Aber: Das meiste Lernen passiert über das Handeln und durch das Nachahmen des Gegenübers. Darum ist Präsenz in den Betrieben jetzt wichtiger denn je“, so Hanschmidt weiter.

Den Jugendlichen fehlen 1,5 Jahre geregelter Schulunterricht

Die Tendenz zu einer engeren Betreuung der Azubis gebe es zwar schon länger, aber Corona habe das Thema wie durch ein Brennglas verschärft: „Das Fundament der jungen Leute ist einfach nicht identisch. Ihnen fehlen anderthalb Jahre geregelter Schulunterricht und Kontakt zu Gleichaltrigen. Das hat sie weit zurückgeworfen und darauf muss man Rücksicht nehmen“, sagt Penczek.

Die beiden Experten vom Büro für Zukunft haben darum einige Tipps für die Unternehmen parat: „Es sollte mehr denn je der Mensch statt nur die fachlichen Fähigkeiten des Auszubildenden in den Blick genommen werden“, rät Hanschmidt. Gerade in der Probezeit solle der Fokus bei der sozialen Integration in das Unternehmen liegen. Ganz wichtig sei es, viele Gespräche zu führen und bewusst darauf zu schauen, wie es den jungen Menschen geht.

„Die Tage im Lockdown waren lang. Man hing ziemlich durch. Vor allem meine Freunde haben mir gefehlt. Bei schlechtem Wetter konnten wir uns ja nicht mal draußen treffen.“

Lilli, 16 Jahre

„Das Homeschooling lief nicht immer gut. Ich konnte lange nicht zum Sport gehen. Das war hart.“

Jonas, 15 Jahre



„Während der Corona-Pandemie Abitur zu machen war eine große Herausforderung. Motto-Woche, Chaos-Tag und Abiball fielen aus, sodass die Zeit vor dem Abitur fast ausschließlich aus einsamem Lernen und Langeweile bestand.“

**Luke Nettelstroth,
Abiturient 2020**

Psychische Belastungen

46 %

Studie: Jugendforscher der Universitäten Hildesheim und Frankfurt; Teilnehmende: 7.000 Befragte

der 15- bis 30-Jährigen haben Angst vor der Zukunft.

56 %

Studie: Pronova BKK
Teilnehmende: 1.000 Befragte

der unter 30-Jährigen fühlen sich seit Beginn der Pandemie häufig einsam.

56 %

machen sich Sorgen, ihren Freundeskreis durch eingeschränkte Kontakte zu verlieren.

45 %

der 16- bis 29-Jährigen treffen sich seit Beginn der Pandemie deutlich häufiger virtuell, zum Beispiel bei Online-Spielen.

Quelle: www.pronovabkk.de/presse/pressemitteilungen/studie-generation-corona-vereinsamt.html

Auf ihrem eigenen Instagram-Kanal posten die Kelvion-Azubis zweimal pro Woche in Eigenregie

Die enge Betreuung der Auszubildenden ist bei Kelvion, einem mittelständischen Unternehmen, das Wärmetauscher produziert, schon lange der Schlüssel zum Erfolg. „Mit der Ausbildung übernehmen wir eine große Verantwortung. Die Betreuung ist sehr intensiv und an bestimmten Stellen haben wir auch einen Erziehungsauftrag. Die Ausbildung ist zum Lernen da. Wer sich das immer wieder vor Augen führt, bekommt erfolgreichen Nachwuchs“, sagt Viola Jeyajeevan. Sie ist Ausbildungsleiterin bei Kelvion. Durch Corona habe sich der Aufwand für die Auszubildenden nicht nur verstärkt, auch im Recruiting mussten viele neue Ideen entwickelt werden.

„Vieles hätten wir ohne Corona gar nicht gewagt.“

„Es ist wichtig, auch mal etwas auszuprobieren und Neues zu wagen“, sagt Viola Jeyajeevan. Diese Erfahrung hat die 25-jährige Ausbildungsleiterin bei Kelvion in den vergangenen von Corona geprägten Monaten mehr denn je gemacht. Die Liste der Neuheiten ist lang: ein eigener Instagram-Kanal für die Azubis, selbst produzierte Videoclips mit Dos und Don'ts bei Vorstellungsgesprächen, ein neues Assessmentverfahren und vieles mehr.

Insgesamt gab die Pandemie den Anstoß dazu, die Ausbildung bei dem Produzenten von Wärmetauschern noch digitaler auszurichten. Gleichzeitig wurden im Unternehmen durch Corona die Kriterien und Anforderungen an die Azubis heruntergeschraubt. So kamen die Bewerber:innen früher zum Assessment ins Unternehmen, jetzt funktioniert das Assessmentverfahren einfach per Onlinelink. Erst im nächsten Schritt folgt dann das persönliche virtuelle Gespräch. „Beim Assessment fragen wir die Kompetenzen ab, die uns wichtig sind – Teamarbeit spielt dabei eine große Rolle. Da wir ein sehr modernes Unternehmen sind, suchen wir außerdem gezielt nach Innovationstreibern“, erklärt die gelernte Industriekauffrau, die selbst bei Kelvion ihre Ausbildung gemacht hat.



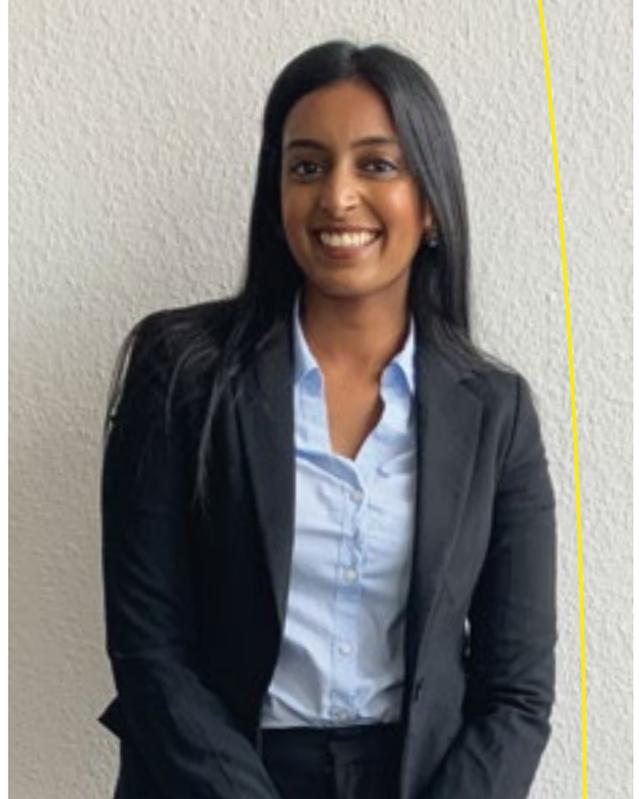
Positive Folgen für die Ausbildung durch Corona:

- Die Ausbildung bekommt einen höheren Stellenwert (sicherer bezahlter Arbeitsplatz).
- Digitale Arbeitsformen werden selbstverständlicher und „moderner“.
- Die Zusammensetzung der Bewerber:innen ändert sich (Ausbildung statt Studium).
- Durch fehlende Auslands- und „Pausen“angebote sind mehr Azubis „auf dem Markt“.
- Die neuen Azubis bringen mehr Erfahrung in Selbstorganisation mit.

Mehr noch als vor der Pandemie zählen für Kelvion bei Bewerberinnen und Bewerbern die persönlichen Kompetenzen und nicht nur gute Noten. „Jemand mit einem 3er-Schnitt kann gut in unser Team passen, wenn die Person an anderer Stelle Engagement mitbringt und zum Beispiel im Verein oder im Sport aktiv ist. Wir achten vor allem auf das Menschliche. Alles Fachliche können wir Schritt für Schritt vermitteln. Aber die Persönlichkeit können wir nicht verändern“, sagt Jeyajeevan.

Auch der eigene Insta-Kanal der Azubis, der durch Corona noch schneller aus der Taufe gehoben wurde als geplant, ist mittlerweile etabliert ([grow.with.kelvion](https://www.instagram.com/grow.with.kelvion)). Dort posten die Azubis zweimal pro Woche in Eigenregie. „Über Insta nehmen viele Schüler:innen Kontakt zu uns auf. Und schicken uns im Nachgang über das Recruitingtool sogar konkrete Bewerbungen“, freut sich Jeyajeevan über den Erfolg des Projektes. „Unsere Auszubildenden wollen sich und ihr Unternehmen von der besten Seite präsentieren. Sie sind mit großer Moti-

Viola Jeyajeevan ist Ausbildungsleiterin bei Kelvion; zusammen mit ihren Azubis probiert sie viel Neues aus – wie z. B. einen eigenen Insta-Kanal



Kelvion

Seit mehr als 100 Jahren produziert das mittelständische Unternehmen Kelvion Wärmetauscher. Die Kelvion Holding GmbH hat weltweit 67 Niederlassungen und 5.000 Mitarbeiter:innen. Hauptsitz des Unternehmens ist Bochum. Das Unternehmen bildet für den eigenen Bedarf aus und hat aktuell 38 Azubis deutschlandweit.

www.kelvion.com/de

vation dabei.“ Für die Ausbildungsleiterin ist der Insta-Kanal die beste Chance, möglichst nah an der jungen Zielgruppe „dran zu sein“. Dass ihr das besonders wichtig ist, liegt vielleicht auch daran, dass Jeyajeevan selbst noch sehr jung ist: „Dadurch bin ich sehr offen für neue Ideen, und es fällt mir leicht, auf die jungen Azubis zu hören“, gibt sie zu und schmunzelt. „Die Corona-Zeit war super zum Ausprobieren. Vieles hätten wir ohne Corona gar nicht gewagt. Ich hätte zum Beispiel vorher nie gedacht, dass virtuelle Bewerbungsgespräche so gut funktionieren können.“

Weil Veranstaltungen zur Berufsberatung und Ausbildungsmessen pandemiebedingt abgesagt wurden, überlegte sich Viola Jeyajeevan mit ihren Auszubildenden kurzerhand eine mindestens ebenso erfolgreiche Alternative: Kelvion nahm in Eigenregie Kontakt zu den Schulen im Umkreis auf, entwickelte eine virtuelle Infoveranstaltung zur Einführung, besuchte die Schulen digital und stellte das Unternehmen und seine Ausbildungsberufe vor. „Wir haben unter anderem ein Quiz entwickelt und Videos mit Dos und Don'ts beim Bewerbungsgespräch gezeigt. Wir waren damit sehr erfolgreich und haben viele Kontakte zu den jungen Leuten und sogar Bewerbungen bekommen“, sagt Jeyajeevan. Ihrer Erfahrung nach machen die Azubis gerne bei solchen Aktionen mit, wenn die Ideen von ihnen selber kommen. So entstanden lustige Videos mit Top-Vorstellungsgesprächen mit vorbildlichem Outfit und Verhalten und zugleich auch lustige Flop-

Vorstellungsgespräche kaugummikauend und in Jogginghose, bei dem die Bewerber ihrem Gegenüber ständig ins Wort gefallen sind. „Wir haben sehr viel gelacht“, erinnert sich Jeyajeevan an die Drehs.

Auch an anderer Stelle zeigte sich das Unternehmen offen für neue Wege: „Wir haben Fachinformatiker gesucht. Da haben wir in das Anforderungsprofil sogar den Punkt ‚Video Gaming‘ aufgenommen“, berichtet Jeyajeevan. „Das Hobby kann an dieser Stelle eine gute Voraussetzung für die Ausbildung sein. Nicht nur aufgrund der Corona-Pandemie, sondern auch aufgrund des Fachkräftemangels müssen wir uns für neue Ideen öffnen. Da hat bei uns ein starkes Umdenken stattgefunden.“

Die größte Herausforderung in der Corona-Pandemie war für die Ausbildungsleiterin der Verzicht auf die persönlichen Kontakte. „Dadurch war für beide Seiten kein Vertrauensaufbau möglich. Das war schon schwierig und es entsteht automatisch eine Distanz. Digitale Begegnungen können das Persönliche einfach nicht ersetzen. So kann man nur schwer eine Entscheidung für oder gegen ein Unternehmen fällen.“

**Ausbilder:innen aufgepasst!
Mehr Input gibt es bei unseren
regelmäßigen MeetUps:
wir.netzn.de/meetup**



Ideen weltweit. Nur einen Wimpernschlag entfernt.

www.netzn.de

Mit dem TRENDMANAGER erfahren Sie Insights von mehreren Tausend Innovationsprojekten auf der ganzen Welt. Sie können Ideen finden und bewerten, mit Professionals aus dem Netzwerk diskutieren und Partner:innen für die Umsetzung suchen. Kostenlos für alle Mitglieder.

Christiane Auffermann berät Sie gerne:
0234 9113-133 | auffermann@netzn.ihk.de



Mittleres
Ruhrgebiet



HELLO, ERLEBNIS- CITY!

Die Innenstädte hatten schon vor Corona ein Problem – die Pandemie hat die Situation zusätzlich verschärft.

*Aber wie können die Stadtzentren neu belebt werden?
An Ideen mangelt es nicht ...*





„Goodbye, Versorgungsstadt – hello, Erlebniscity“ – unter diesem Motto fasst Handelsexperte **Frank Rehme**, Mitgründer des Innovationsportals „[zukunftdeseinkaufens.de](https://www.zukunftdeseinkaufens.de)“, seinen Blick auf die Innenstädte von heute zusammen. „Der Handel muss neue Geschichten erzählen, damit im Kopf neue Bedürfnisse entstehen“, sagt Rehme. Denn schließlich habe sich die Aufgabe von Innenstädten komplett gewandelt. „Die Versorgerrolle existiert nicht mehr. Die Schränke der Menschen sind voll. Wir leben in einem Überflussmarkt und brauchen eigentlich nichts mehr.“ Außerdem würden viele Einkäufe online erledigt – eine Tendenz, die durch Corona noch weiter zugenommen habe. Darum müsse der Handel neue Geschichten erzählen und das Einkaufen zu einem Erlebnis machen, so Rehme. Wie das funktionieren kann? Mit mehr Kunst und Kultur in der Innenstadt, mit einem neuen Wohnkonzept in der City und mit einer gelungenen Kombination aus Gastronomie und Handel. Außerdem müssen neue Zielgruppen in die Innenstadt gelockt werden, ist Rehme überzeugt. „Die E-Sport-Community trifft sich zum gemeinsamen Daddeln in der Köln Arena. Solche Veranstaltungen sind ein Riesemagnet. So etwas könnte zum Beispiel auch gut in leer stehenden Kaufhäusern funktionieren.“

Ein weiterer wichtiger Punkt ist aus seiner Sicht das Thema Relokalisierung: „Wir sollten das Handwerk und die Manufakturen wieder in die Innenstädte holen und den Handel weg von der grünen Wiese. Warum kommt beispielsweise ein Autohaus nicht mitten in die Stadt?“, fragt Frank Rehme. Bevor überhaupt an Umsatz zu denken sei, ginge es schließlich um Reichweite und Frequenz. „Erst wenn ich die Leute im Laden habe, habe ich die Chance, überhaupt etwas zu verkaufen“, so Rehme.

Oberstes Ziel sei es daher, die Frequenz und die Aufenthaltsdauer in den Innenstädten zu pushen – und das Ganze möglichst bequem zu gestalten: Wochenmärkte, Feierabendmärkte oder Markthallen seien für Besucher:innen ebenso attraktiv wie guter Service mit kostenlosem Parken, öffentlichen Toiletten und Lieferservices statt Tütenschleppen. Schöne Bänke, Beleuchtung und viele grüne Flächen mit Brunnen oder Wasserelementen würden dabei für eine attraktive Einkaufsatmosphäre sorgen. Auch vom E-Bike-Trend könnten die Citys profitieren: „Leer stehende Handelsimmobilien könnten gut in Fahrradparkhäuser mit Showroom und Service umgewandelt werden“, so Frank Rehmes Tipp.



Nach Meinung von **Stefan Müller-Schleipen** von der Initiative „Die Stadtrepper“ haben die Städte von heute ihre regionale Identität verloren. „Wir haben vergessen, wofür es sich lohnt, in unsere Innenstädte zu gehen.“ Jede Stadt stehe für etwas Bestimmtes, sei etwa berühmt für ihre Goldschmiedekunst oder ihre Hugenotten-Historie. „Wir haben viel zu viel an die Ketten und Filialisten abgegeben und die Städte vereinheitlicht. Wir müssen die Bürger:innen einbeziehen und sie fragen: Wo schlummert bei uns das Potenzial? Was liebt ihr besonders an eurer Stadt? Wofür steht sie?“, sagt Müller-Schleipen.

Außerdem brauche es mehr Mut für neue Ideen in den Städten: So könnten in leer stehenden Ladenlokalen Übergangsweise kreative Pop-up-Stores entstehen, in denen Kulturschaffende malen und ihre Bilder selbst verkaufen. „Die Angst des Scheiterns ist groß. Wir müssen die Hürden, einen Laden aufzumachen, abbauen und viel mehr experimentieren und ausprobieren“, so Müller-Schleipen. Dabei könne ein Kümmerer vor Ort helfen, die bürokratischen Hürden abzubauen, und beispielsweise bei den Verhandlungen mit den Ämtern und offiziellen Stellen vermitteln. „Hierfür kann ich mir gut Innenstadtmanager:innen vor-

stellen, die eine Steuerungsfunktion übernehmen, ähnlich wie es bereits in Einkaufszentren gemacht wird. Sie könnten den Überblick über eine gesunde Mischung in der City wahren.“



Frank Rehme ist Mitgründer des Portals [zukunftdeseinkaufens.de](https://www.zukunftdeseinkaufens.de), einer Plattform für Innovationen im Handel. Als Handelsexperte hat er 2021 beim „Runden Tisch“ des Bundeswirtschaftsministeriums zum Thema Innenstädte mitgearbeitet.

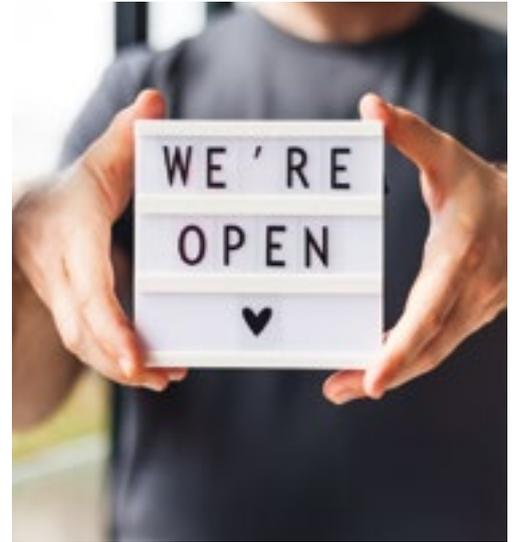


Stefan Müller-Schleipen ist Mitgründer der Initiative „Die Stadtrepper“. Die Initiative engagiert sich bei der Bekämpfung von Leerstand und zur Stärkung der Städte. Sie dient als Think-tank, entwickelt Prozesse und Tools und setzt Projekte um.



Die Mischung macht's

Laut Jennifer Duggen, Handelsexpertin bei der IHK Mittleres Ruhrgebiet, ist die Innenstadt der Zukunft eine multifunktionale City, die nicht allein auf Handel, sondern auf eine Mischung aus Gastronomie und Handel, kleinen Manufakturen, Wohnen, Kultur und Dienstleistungen setzt. Dafür müssen gegebenenfalls auch Mieten gesenkt und der Branchenmix geändert werden. Außerdem zeigt sie sich überzeugt, dass eine Projektleitung, die sich gebündelt um die perspektivische Planung der Innenstadt kümmert, notwendig ist. Auch die Eigentümer:innen der Ladenflächen müssen mehr als bisher in die Pläne einbezogen werden.



So kann's klappen



Die Plattform „Stadtimpulse“ mit Best-Practice-Beispielen der CIMA Beratung und Management GmbH gibt eine Übersicht über bewährte Projekte aus ganz Deutschland, die die Innenstädte stärken wollen. Initiiert wurde das Projekt durch ein großes Bündnis führender Fachverbände und Institutionen für Städte und Gemeinden in Deutschland. Die vorgestellten Ideen reichen von Imagekampagnen über Festivals bis hin zu Stadtgutscheinen. Mehr Infos zu der Ideensammlung gibt es hier: www.unsere-stadtimpulse.de



Einblick in die FashionBox Mönchengladbach: In gemütlichem Ambiente kann dort bestellte Ware anprobiert werden. Dazu gibt es Kaffee und es kann im Shop gestöbert werden.

www.fashionbox.mg



Innovative Ideen

Die **FashionBox.mg** in einem Ladenlokal in der Mönchengladbacher Innenstadt will Kunden und Kundinnen, die Kleidung online gekauft haben, durch ein innovatives Konzept zur Abholung der bestellten Ware in die Innenstadt locken. Mit dem Abhol- und Testcenter für online bestellte Kleidung will Mönchengladbach eine Vorbildfunktion für die Zukunft des Einzelhandels einnehmen. Die **Future City Langenfeld** ist Modellstadt für die innovative Zukunft des Handels und des Erlebnisraums Innenstadt. In der 60.000-Einwohnerstadt arbeiten Händler:innen, Konsumentinnen und Konsumenten, Politik und Verwaltung gemeinsam mit der Hochschule an der Zukunft der City. Gemeinsam werden Projekte wie beispielsweise das Window Shopping umgesetzt: Auch außerhalb der Öffnungszeiten kann die Kundschaft mit dem Smartphone mobil einkaufen.



Mehr Infos zu
Dr. Beate von Miquel,
Ruhr-Universität Bochum,
Marie Jahoda Zentrum
für internationale
Geschlechterforschung:
wir.netzn.de/miquel



PRO

GENDERN?

Deutschland 2021. Die Duden-Redaktion empfiehlt, geschlechtergerecht(er) zu formulieren. Als mich die Nachricht erreicht, weiß ich, es kommen spannende Monate auf uns zu. Reflexartig springen die Medien auf das Thema und skandalisieren die Verhöhnung der deutschen Sprache durch Sternchen, Unterstrich und Binnen-I. In den sozialen Netzwerken, die diesen Namen – geht es zumindest um die Kategorie Geschlecht – kaum noch verdienen, bricht ein Sturm los. Rufe zur Gelassenheit verhallen. Andere wagen sich vor und testen das gesprochene Gender-Sternchen in den Hauptnachrichten.

Je länger ich die aufgeregte Debatte verfolge, umso mehr frage ich mich: Worum geht es hier eigentlich? Auch wenn wir gerne den Anspruch erheben, Chancengleichheit zu gewährleisten, müssen wir feststellen, wir haben sie noch nicht erreicht. Gerade in der Wirtschaft sind Frauen deutlich unterrepräsentiert. Der Frauenanteil in Unternehmensvorständen beträgt unter 10 %. Die Bundesregierung hat deshalb auf der Zielgerade der Legislaturperiode das „Zweite Führungspositionen-Gesetz“, kurz FÜPoG II, verabschiedet, das Frauen in Spitzenpositionen in der privaten Wirtschaft stärken soll. In der Start-up-Szene steigt der

„Wir haben noch keine Chancengleichheit“

Frauenanteil pro Jahr um klägliche 0,1 % und liegt derzeit bei 15,9 %. Und das liegt nicht daran, dass Frauen weniger Innovationskraft, unternehmerische Weitsicht oder Durchsetzungskraft mitbringen.

Wenn wir wirkliche Chancengleichheit im Sinn haben, werden wir geschlechtergerecht formulieren und alle Geschlechter ansprechen. Was wir im Moment erleben, ist jedoch nicht mehr als eine Scheindebatte, die von den erheblichen Umsetzungsdefiziten im Bereich Gleichstellung ablenkt.



Mehr Infos, Artikel
und Interviews zu
Prof. Dr. Walter Krämer,
Sprachwissenschaftler
an der TU Dortmund:
wir.netzn.de/kraemer



„Gendern ist frauen- feindlich!“

Bis zur völligen Gleichberechtigung der Geschlechter ist es noch ein Stück. Aber der aktuelle Sprachterror, mit dem eine verbohrte Ideologenclique ganze Stadtverwaltungen und Universitäten überzieht, ist der falsche Weg dahin. Er macht ein berechtigtes Anliegen lächerlich.

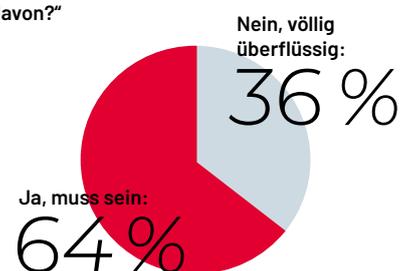
Natürlich redet man bei einem Vortrag vor der Bäckerinnung die Anwesenden mit „Meine lieben Bäcker und Bäckerinnen“ an. Aber das Bäcker- und Bäckerinnenhandwerk? Grober Unfug. „Ich bin ein Ökonom“, sagt Sahra Wagenknecht. Genauso umfasst das Wort „Bäcker“, wenn abstrakt gebraucht, die diesem Handwerk obliegenden Männer und Frauen gleichermaßen. Und inter- und transsexuelle Bäcker ebenfalls. Der dafür gebrauchte Ausdruck „generisches Maskulinum“ ist irreführend. Rein sprachwissenschaftlich handelt es sich hier um verschiedene Schubladen, in welche fast alle indogermanischen Sprachen die Welt einsortieren, etwa belebte Dinge in die eine und unbelebte in die andere. Der Begriff des grammatischen Geschlechts für diese Sortierfächer ist eine unglückliche Übersetzung des deutschen Barocks, da kreierten deutsche Grammatiker für den Fachausdruck „Genus“, wie man diese Schubladen in der Sprachwissenschaft benennt, das „grammatische Geschlecht“ und

nannten die Artikel der, die, das „Geschlechtswörter.“ Eine genauso irreführende Falschbenennung. Man frage doch mal zehn zufällig ausgewählte Bundesbürger, ob sie bei dem Wort „die Schnapsdrossel“ eher an Männer oder an Frauen denken. Genauso ist „der Putzteufel“ für die meisten trotz des der davor immer noch eine Frau. Die Schublade, in der sich Menschen wiederfinden, sagt nichts über deren biologisches Geschlecht. Diese Wahrheit ist genauso trivial wie $2 + 2 = 4$. Während aber ein Mathematiker, der behauptet, $2 + 2 = 5$, umgehend in die Klapsmühle kommt, erhält sein Pendant in der Linguistik einen Lehrstuhl für Genderforschung an einer deutschen Universität.

Wer wirklich den Frauen etwas Gutes tun will, muss das auf andere Weise tun. Gleiches Geld für gleiche Arbeit, mehr gesellschaftliche Anerkennung für das Kinderkriegen. Wenn in einigen Jahren bei dem Spruch „Für Risiken und Nebenwirkungen fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker“ fast alle Menschen bei Arzt und Apotheker vor allem an Frauen denken, ist das kein Erfolg der Genderlobby, sondern eine Konsequenz der Tatsache, dass Frauen ohne alle Hilfe von Sprachverhunzern in diesen Berufen sehr erfolgreich sind.

Instagram-Umfrage

Auch wir haben mal nachgehakt.
„Gendern? Was halten Sie davon?“
Hier das Ergebnis:



KONTROLLE

BOCHUM! SO SMART!

Eine App, die Ihnen coole Veranstaltungen anzeigt, mit der man freie Parkplätze in der City findet, einen Sperrmülltermin bucht und zugleich noch einen direkten Draht zur Verwaltung hat, wenn man sich über zu volle Mülleimer beschweren will. Was nach ferner Zukunftsmusik klingt, kann in Bochum schon bald Realität werden. Denn ein interdisziplinäres Team rund um Denes Kücük, Chief Digital Officer der Stadt Bochum, arbeitet mit Hochdruck an einer Smart City App, die das tägliche Leben in der Stadt bequemer und lebenswerter machen soll. Eine erste Version der App könnte 2022 an den Start gehen. Sie ist nur ein Aspekt des umfassenden Smart-City-Konzeptes, das Bochum entwickelt hat. Im Juli 2021 hat das Projekt eine Förderzusage vom Bundesministerium des Innern bekommen und kann künftig noch mehr Gas geben.

Leidenschaft zum Beruf gemacht

„Ob in Schule oder Verwaltung – die Veränderungen durch die Digitalisierung sind immens. Und Corona hat dem ganzen Prozess noch mal mehr Schwung gegeben. Selbst die Skeptiker haben die Vorteile von digitalen Prozessen in den vergangenen Monaten deutlich gespürt“, so Kücük. Er hat seine Leiden-

schaft zum Beruf gemacht und setzt sich jeden Tag dafür ein, dass Bochum ein Stückchen digitaler wird. „Durch eine gute digitale Infrastruktur kann dem Anwender viel Bürokratie abgenommen werden. Unser Ziel ist es, das Leben in unserer Stadt möglichst lebenswert und angenehm zu gestalten“, sagt er. „Digitalisierung ist nicht nur für die Bürger:innen ein wichtiges Thema. Je nachdem wie fortschrittlich eine Stadt in diesem Punkt ist, hängen davon auch Ansiedlungen von Unternehmen und die Gewinnung von Fachkräften ab. Damit wird die Digitalisierung auch ein wichtiger Standortfaktor“, zeigt sich Kücük überzeugt.

Intelligente Verkehrssteuerung via Ampelschaltung, die automatisierte Steuerung und Wartung von Stromsystemen, digitale Parkplatzverwaltung oder die Regelung von Klima und Heizung in Smart Buildings – die Digitalisierung lässt sich in ganz unterschiedlichen Bereichen umsetzen. Einiges ist in Bochum schon erreicht: So funktioniert das Parken mit mobilem Bezahlen und automatischer Kennzeichenhinterlegung und bei der Stadtverwaltung können schon viele Dienstleistungen bequem online erledigt werden. Auch die Mutti-App ist etabliert: Mit der ÖPNV-App der Bogestra geht's bargeldlos durch den Verkehrsverbund Rhein-Ruhr. Die App ist Routenplaner, Fahrplanauskunft mit Echtzeitinformationen und mobiler Ticketshop in einem und kombiniert clever Busse und Bahnen mit Rad- oder Fußwegen.

Regenwasserstand wird smart überwacht

Ein weiteres Beispiel für erfolgreiche Digitalisierung ist die smarte Überwachung von Stromstationen der Stadtwerke per LoRaWAN-Funknetz. Bisher musste im Stadtgebiet regelmäßig vor Ort überprüft werden, wie hoch der Regenwasserstand dort war. Dank smarterer Überwachung können die Wasserfüllstände nun per Sensor abgelesen werden, sodass sie nur bei Bedarf geleert werden müssen.

Das Smart-City-Konzept gibt es zwar auch in anderen Städten, aber die Bochumer Herangehensweise ist einzigartig: In einem interdisziplinären Team entwickeln Mitarbeiter:innen aus Wirtschaftsentwicklung, Stadtwerken, Sparkassen und vielen Töchtern der Stadt das Thema gemeinsam. Auch die IHK Mittleres Ruhrgebiet sitzt mit im Boot. Die einzelnen Teilnehmer:innen haben dafür jeweils Mitarbeitende im Team der Smart City Innovation Unit – das gibt es so in keiner anderen Stadt. „Das Konzept ist spannend und ehrgeizig. Aber wir von der Stadtverwaltung wollten das nicht alleine angehen, sondern von Beginn an mit einer gemeinsamen Strategie in einem interdisziplinären Team loslegen“, erklärt Kücük. „Wir

**Denes Kücük,
Chief Digital Officer
der Stadt Bochum**



blicken über den Tellerrand, jeder bringt seine eigene Perspektive ein, und wir fragen uns, wie wir unsere Stadt möglichst gut voranbringen können. Diese konsequente Zusammenarbeit mit der Manpower ist einzigartig.“

Hier machen alle mit

Die Arbeit der sogenannten Smart City Innovation Unit hat im Mai 2021 begonnen und ist zunächst für drei Jahre geplant. Mit dem Konzept Smart City Bochum wurden bereits Leitthemen für die Smart City Bochum erarbeitet und strategische Kernziele formuliert, die sich an den spezifischen Herausforderungen und Stärken für die Bochumer Stadtentwicklung orientieren.

Ganz wichtig bei dem Projekt: Auch die Bürger:innen Bochums werden in die Arbeit mit eingebunden und konnten ihre Ideen und persönlichen Prioritäten in das Smart-City-Konzept einfließen lassen. Neben einer umfangreichen Online-Umfrage ging es auch bei der vierten Bochumer Bürgerkonferenz um die smarte City: „Wir haben mit repräsentativen Bürgerinnen und Bürgern in unterschiedlichen Workshops diskutiert. Die Bochum-App wurde mehrfach als Wunsch geäußert“, sagt Kücük. Als weitere wichtige Themen wurden genannt: der Ausbau der digitalen Infrastruktur, die Digitalisierung von Services sowie die Stärkung der digitalen Bildung.

Benachbarte Regionen einbeziehen

Wie es sich für ein digitales Projekt gehört, endet es nicht an der Stadtgrenze. „Wir denken ganz klar über Stadtgrenzen hinaus, denn insbesondere im Ruhrgebiet sind die Übergänge zwischen den Städten doch fließend“, sagt Denes Kücük. Der Austausch zu den benachbarten Kommunen sei eng. Best-Practice-Beispiele werden gesammelt und Schnittstellen definiert. Beispiele von erfolgreicher Zusammenarbeit wie bei der gemeinsamen Feuerwehr-Leitstelle Bochum/Herne oder beim Tele-Notarzt in Gelsenkirchen, Herne, Bochum zeigen, dass es sich lohnt. „Durch die Digitalisierung verlieren Stadtgrenzen immer mehr an Bedeutung. Die kleineren Kommunen können von den größeren profitieren, die mehr Ressourcen haben“, resümiert Kücük.

Chancen für die Unternehmen

Es ist ein „Corporate Day“ geplant, der voraussichtlich im November stattfinden soll. „Dabei sollen Ideen besprochen werden, welches Know-how die einzelnen Unternehmen aus der Region beisteuern können, damit auch die Wirtschaft vor Ort maximal in das Thema Digitalisierung einbezogen werden kann“, sagt Kücük. Die IHK ist Mitglied der ‚Smart City Innovation Unit‘. „Die IHK begleitet das Thema aktiv mit und bringt ihr Netzwerk ein. Wünsche und Ideen aus der Wirtschaft werden durch die IHK an uns gespiegelt“, sagt der Chief Digital Officer der Stadt.



Mehr zum Thema:
wir.netzn.de/smartcity

Digitale Stadt

Die Leitthemen von Smart City Bochum: Zukunftsfähige Infrastruktur, Intelligentes Stadtmanagement, Digitale Gesellschaft, Nachhaltige Mobilität & Umwelt, Innovative Wirtschaft & Wissenschaft.

Die Player: Neben der Stadt Bochum beteiligen sich die kommunalen Unternehmen Bochum Wirtschaftsentwicklung, Stadtwerke Bochum, Bochum Marketing, Bochumer Veranstaltungs-GmbH, Bogestra, SBO, USB und VBW, die Sparkasse Bochum sowie die IHK Mittleres Ruhrgebiet an der ‚Smart City Innovation Unit‘. Koordiniert wird das Projekt vom Chief Digital Officer der Stadt Bochum.

Förderung

Die Innovation Unit verfügt über eigene Mittel der Stadt Bochum und der weiteren Partner, außerdem wird projektbezogen gefördert.

Am 15. Juli hat das BMI bekannt gegeben, dass die Stadt Bochum eines von 28 geförderten „Modellprojekten Smart Citys“ ist. Die Stadt Bochum hatte in diesem Förderaufruf ein Förderprojekt mit einem Volumen von rund 15 Millionen Euro eingereicht.

Insbesondere mit den Fördermitteln des BMI können so viele spannende und digitale Projekte in Bochum vorgebracht werden. Etwa der Aufbau einer Smart-City-Datenplattform, Beteiligungsmöglichkeiten für die Bürger:innen sowie der Ausbau von Sensorik zur besseren Steuerung der Stadt.

Wettkampf um die Straße

Logistik ist ein zentrales Thema für das Ruhrgebiet. Viele Unternehmen arbeiten in dem Bereich und machen die Logistik zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor. Gleichzeitig stellt das Thema die Region vor eine Herausforderung. Denn das System rund um Verkehr und Transport steht im Ballungsgebiet kurz vor dem Kollaps. Aus diesem Grund nimmt auch die IHK Mittleres Ruhrgebiet das Thema in den Fokus – mit der Studie „MiR 2050 – Mobilität im Ruhrgebiet“ und mit dem Forschungsprojekt BundleUp.

Wer kennt das nicht? Transporter von mindestens vier verschiedenen Paketdiensten knubbeln sich zur Rushhour in Innenstadt und Wohngebiet, blockieren die wenigen Parkplätze und rauben den Verkehrsteilnehmern den letzten Nerv. Dazu kommen noch Lkw mit Anlieferungen für die Geschäfte und das Chaos ist perfekt.

„20 bis 30 Prozent des Verkehrsaufkommens in der Stadt stammen von der Logistik oder haben einen Versorgungshintergrund. Alle sind gemeinsam auf der Straße unterwegs und müssen sich die Infrastruktur teilen. Dabei entsteht ein regelrechter Wettkampf um die Ressource Straße“, bringt Christiane Auffermann, Kompetenzfeldmanagerin „Unternehmen begleiten“ bei der IHK Mittleres Ruhrgebiet, das Problem auf den Punkt. „Und natürlich ist die Situation in den Ballungszentren wie im Ruhrgebiet besonders angespannt.“ Durch die Corona-Pandemie gab es noch mehr Anlieferungen an die Haustür, weil viele Bürger:innen zwangsläufig zu Online-Powershopping geworden sind und sich noch mehr Pakete nach Hause liefern ließen. Viele von denen bleiben jetzt auch beim Online-Shopping.

20–30 % des Stadtverkehrs sind Versorgungsfahrten

Die größte Herausforderung dabei ist die sogenannte letzte Meile, das letzte Wegstück beim Transport der Ware bis zur Haustür der Kundschaft. Sie ist für die KEP-Dienste (Kurier-, Express- und Paketdienste) besonders kostenintensiv und führt durch die vielen kleinen Stopps auch zu besonders vielen Staus. Gemeinsam mit der TU Dortmund entwickelt die IHK Mittleres Ruhrgebiet mit dem Forschungsprojekt „BundleUp“ Ideen für die letzte Meile.

„BundleUp“ (Details siehe S. 26) befasst sich mit innovativen Lösungsansätzen für die letzte Meile. Dabei geht es konkret um Pick-up-Stationen zur Abholung von Paketen, Zwischenlager (Mikrodepots) für die Umladung auf emissionsfreie Zustellfahrzeuge wie E-Lastenräder und kleine Elektrofahrzeuge – und um mobile Abhollösungen. „Das Projekt will Paket-Cafés mit Pick-up-Stationen entwickeln“, erklärt Auffermann. „Dahinter steht die Idee, dass alle Pakete an einen zentralen Platz in der Innenstadt geschickt werden und man die Ware dort bei einer Tasse Kaffee anprobieren kann.“ So werden Lieferwege eingespart, die Menschen wieder in die City gelockt und sogar der vorhandene Immobilienbestand kann eingebunden werden.

Christina Wiciok ist Leiterin der Initiative Bochumer City e.V. (IBO) mit mehr als 125 Mitgliedern aus den Bereichen Handel, Dienstleistungen, Gastronomie und Immobilien in der Bochumer Innenstadt. Das gemeinsame Ziel der Initiative: Die Innenstadt soll attraktiv bleiben. Wiciok befürwortet die Ansätze hinter dem Projekt BundleUp – nämlich Frequenz in die Innenstadt zu bringen und gleichzeitig die Lieferdienste aus der City rauszuhalten.

„Alle Maßnahmen, die den stationären Handel stärken, sind sinnvoll.“ Oberste Priorität hat für Wiciok bei allen Überlegungen die Kundschaft: „Nur wenn die Kundin und der Kunde sowie alle Beteiligten profitieren und einen klaren Mehrwert von der Sache haben, dann ist die Umsetzung aus unserer Sicht sinnvoll.“

Daher müsste der geplante Sammelpunkt, an dem die gelieferten Pakete abgeholt werden können, zentral gelegen sein und mit Gastronomie, Serviceleistungen und Aufenthaltsqualität einiges zu bieten haben. Problematisch sieht Wiciok die Frage, wie die großen Paketdienstleister zum



Die pickshare®-App ist bereits in 26 Städten im Einsatz: Regionale Dienstleister liefern auf Abruf online und regional bestellte Waren mit umweltfreundlichen Transportmitteln zur Wunschzeit aus oder stellen diese zur Abholung bereit.

Mitmachen bewegt werden können: „Dafür braucht es eine politische Lösung“, ist sie überzeugt. „Das kann eine Chance für neues Leben in der Innenstadt sein, wenn das Angebot vor Ort stimmt. Bei BundleUp hängt der Erfolg davon ab, wie attraktiv die Abholpunkte gestaltet werden. In diesem Punkt ist die Wirtschaftsförderung gefragt“, sagt auch Björn Paulus. Er ist CEO des Dortmunder Unternehmens pickshare und genau wie die IBO Partner in dem Projekt BundleUp. pickshare ist eine offene Logistik-Plattform für Dienstleister, die unter anderem mithilfe einer App mit regionalen Partnern vor Ort All-in-one-Paketlösungen umsetzt. pickshare ist bereits in 26 Städten im Einsatz: Regionale Dienstleister liefern auf Abruf online und regional bestellte Waren mit umweltfreundlichen Transportmitteln wie beispielsweise Lastenrädern zur Wunschzeit aus oder stellen diese zur Abholung bereit. So soll der Lieferverkehr konsolidiert werden. „Die Kunden wollen einen Service, der zu ihrem Alltag passt. Einen logistischen Service auf Amazon-Prime-Niveau, der aber zugleich auch nachhaltig ist“, sagt Björn Paulus, Gründer und CEO von pickshare. Auch er wünscht sich Kooperationen auf der letzten Meile: „Wir brauchen statt der großen Zusteller neutrale Player vor Ort.“

FashionBox Mönchengladbach zeigt, wie es funktionieren kann

Ein Beispiel aus der Praxis ist die FashionBox Mönchengladbach (S. 19), die über die pickshare-Technologie funktioniert und für die erfolgreiche Verknüpfung von stationärem und Online-Handel steht: Online bestellte Ware kann über eine App in die FashionBox geliefert werden. Das Paket kann jederzeit vor Ort mit dem erhaltenen QR-Code abgeholt werden.

 **Björn Paulus, CEO von pickshare und Partner im „BundleUp“**



Christina Wiciok, Leiterin der Initiative Bochumer City e.V. (IBO) und Partnerin im „BundleUp“



Christiane Auffermann, Kompetenzfeldmanagerin „Unternehmen begleiten“ bei der IHK Mittleres Ruhrgebiet



Mehrere namhafte Paketdienstleister machen bereits mit und haben eigene Locker in der FashionBox aufgestellt. Anschließend kann die online bestellte Ware in einer Umkleidekabine anprobiert werden. Dabei kann die Kundin oder der Kunde über einen digitalen Spiegel in der Ankleide das Outfit mit anderen teilen oder vom Gastronomieangebot vor Ort profitieren. Auch Retouren sind vor Ort möglich. „Die FashionBox soll vor allem zur Prozessoptimierung auf der sogenannten letzten Meile beitragen, also der Übergabe der Ware an die Kundschaft“, sagt Eva Eichenberg von der Wirtschaftsförderung Mönchengladbach, die die FashionBox.mg mit auf den Weg gebracht hat. „Einzelhändler und Stadt sollen von der gestärkten Frequenz in der Innenstadt profitieren.“

Umsetzung scheitert an Gesetzen oder an der Bereitschaft der Logistikunternehmen

An kreativen Ideen, die Logistik auf der letzten Meile zu verbessern, mangelt es nicht, wie Projekte wie die FashionBox



„BundleUp“

Unter dem Motto „Digitalen und stationären Einzelhandel zusammendenken“ wurde das Projekt BundleUp als eine von fünf Ideen ausgewählt. Die Landesregierung unterstützt die Umsetzung der Projekte mit rund einer Million Euro. Projektstart war im Juli 2020, Ende ist im Juni 2022.

Die Technische Universität Dortmund und die IHK Mittleres Ruhrgebiet entwickeln Modelle von Paket-abholstationen für unterschiedliche Standort- und Immobilientypen im Mittleren Ruhrgebiet. Dabei stehen folgende Punkte im Fokus: Umwelt- und klimagerechte Handelslogistik, Attraktivität und Funktionalität der Zentren, anbieterneutrale Lösungen für Handels- und Logistikunternehmen, Machbarkeit im Immobilienbestand oder mittels mobiler Lösungen.

Das Projekt zielt auf die Modellentwicklung für unterschiedliche Standorte im Bezirk der IHK Mittleres Ruhrgebiet (Bochum, Herne, Witten, Hattingen).



Mehr Infos zum
Bundle Up hier auf
[wir.netzn.de/
bundleup](http://wir.netzn.de/bundleup)

oder BundleUp zeigen. Aber die Umsetzung ist nicht so einfach, weil unter anderem die Logistikdienstleister alle ihre eigenen Systeme und Geschäftsmodelle haben und sich nur ungern mit den Wettbewerbern zusammenschließen wollen,

um die Verkehrswege zu entlasten. „Aus Sorge, sich das eigene Geschäft kaputtzumachen, ist die Bereitschaft zur Zusammenarbeit untereinander oftmals gering“, sagt Auffermann.

Auch bürokratische Hürden müssen noch überwunden werden: So scheitert beispielsweise die Idee, einen Teil der Ware mit Lastenfahrrädern oder E-Fahrzeugen nachts auszuliefern – also bewusst dann, wenn die Infrastruktur frei ist – an gesetzlichen Vorschriften.

Wie es auch anders gehen kann, zeigt zum Beispiel der Blick in die Landeshauptstadt Düsseldorf: Dort sammelt die smarte Innenstadtlogistik Incharge Warenströme der verschiedenen Paketdienstleister zentral in einem Lager im Düsseldorf-Hafen (www.incharge.city). Von dort aus werden sie bestmöglich konsolidiert und unter Einsatz von Elektrofahrzeugen auf der letzten Meile in die City ausgeliefert.

„Wenn die Städte sich nicht etwas einfallen lassen oder die Zulieferung auf der letzten Meile selbst reglementieren, dann ist die Gefahr groß, dass die Großen wie Amazon es alleine machen und das Geschäft in Zukunft ganz in die Hand nehmen“, ist Auffermann überzeugt. Ihrer Einschätzung nach bräuchten die Städte urbane Logistikmanager:innen, die das Thema vorantreiben, und sie verweist auf Städte wie Hamburg oder Osnabrück, wo es bereits entsprechende Stellen gibt.

Zukunftsszenarien Mobilität:

RUHRGEBIET 2050

Wie sieht die Mobilität im Ruhrgebiet 2050 aus? Mit dieser Frage beschäftigen sich die IHK Mittleres Ruhrgebiet und der Lehrstuhl für Makroökonomik unter Leitung von Prof. Dr. Michael Roos in der Studie „MiR 2050 – Mobilität im Ruhrgebiet“.

Mit Mobilitätsexpertinnen und -experten wurde dafür über Zukunftsszenarien diskutiert. „Es geht uns darum, losgelöst von den Problemen der Gegenwart nach vorne zu schauen“, erklärt Prof. Dr. Roos. „Dabei geht es bei der Studie ausdrücklich nicht um konkrete Handlungsempfehlungen, sondern darum, neue Denkanstöße zu bekommen.“ Die Szenarien sollen dabei als Denkwerkzeug dienen. „Viele Zukünfte sind vorstellbar“, fasst der Wissenschaftler zusammen.

Drei Zukunftsszenarien wurden als Basis für die Denkwerkstatt eröffnet: Die sogenannte **graduelle Evolution** geht davon aus, dass es irgendwie so weitergeht wie bisher, ohne großartige Veränderungen. Die Innenstadt bekommt ein digitales Kaufhaus, auf einigen Dächern in der City sind Solarzellen, aber es hat sich nichts Grundlegendes verändert. Bei der **Nachhaltigkeitsrevolution** dreht sich alles um das Thema Ökologische Nachhaltigkeit und eine menschenzentrierte

Zur Studie Mobilität
im Ruhrgebiet:
[wir.netzn.de/
mobilitaet2050](http://wir.netzn.de/mobilitaet2050)



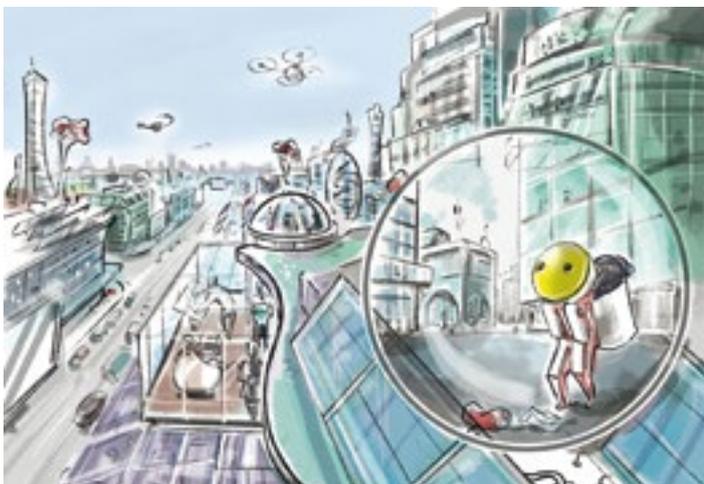
Prof. Dr. Michael Roos leitet an der Ruhr-Universität Bochum den Lehrstuhl für Makroökonomik. Der Dekan der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften ist Mitglied im neu gegründeten Centrum für Umweltmanagement, Ressourcen und Energie (CURE) und beschäftigt sich in einem Forschungsprojekt mit der Frage, wie die Mobilität im Ruhrgebiet nachhaltiger gestaltet werden kann.



Szenario 1: Mobilität 2050, wenn sich nicht viel ändert



Szenario 2: Mobilität 2050 in einer nachhaltigen Welt



Szenario 3: Mobilität 2050 in einer technologisierten Welt

Entwicklung. In der Innenstadt gibt es keine Autos mehr, alles ist grün und voller Pflanzen. Im dritten Szenario, der **Technologierevolution**, ist alles smart geworden: Das Arbeitsleben findet komplett digital statt, Roboter übernehmen immer mehr Aufgaben und überall sind Lieferdrohnen unterwegs.

Teilnehmer:innen aus Kommune, Fahrradverband und Verkehrsverbund, das heißt Fachleute mit möglichst vielfältigen Perspektiven, diskutierten darüber, welche Bedürfnisse sich für die Menschen in der jeweiligen neuen Welt ergeben würden. Wie verhält sich beispielsweise eine Familie mit zwei Kindern aus Hattingen in einer von Nachhaltigkeit bestimmten Welt? In welchen Situationen ergeben sich Spannungen oder Unsicherheiten? Oder welche Konsequenzen ergeben sich für eine Power-Shopperin im Rentenalter im Technologieszenario? Hat sie überhaupt noch soziale Kontakte oder ist sie vollkommen isoliert, weil ihre Einkaufsbedürfnisse alle durch Lieferservices befriedigt werden? Mit all diesen Fragen beschäftigt sich die „Mir-Studie“ vor dem Hintergrund des Mobilitätsverständnisses. Dabei geht es zum Beispiel auch um die Fahrradmobilität in 2050 und darum, wie sich der demografische Wandel, große Hitzewellen oder Starkregen-Ereignisse auf das Radfahren auswirken. „Wir müssen uns fragen, ob die Leute dann wirklich noch so viel auf dem Rad unterwegs sind und welche Konsequenzen sich daraus für den Radwegebau ergeben? Sind zukünftig viele Überdachungen nötig? Muss man vermehrt Pausen-Plätze einplanen? All solche Aspekte sollten wir bedenken“, sagt Prof. Dr. Roos.

„Von der Untersuchung erhoffen wir uns, dass wir konkrete Aspekte und Fragestellungen ausmachen können, über die wir weiter nachdenken“, so der Wissenschaftler weiter. „Mir persönlich ist das Denken in Szenarien sehr wichtig. Man muss sich aktiv mit der Zukunft beschäftigen, um sie mitgestalten zu können.“ Im September fanden weitere Workshops und Diskussionsrunden statt. Im Herbst soll die Studie dann veröffentlicht werden.

Mehr zur Mobilität im
Ruhrgebiet in unserem
Podcast **FERN-SEHER**:
wir.netzn.de/fernseher67





INNOPOD

ZUSAMMEN. INNOVATIV.

Mit dem Inno-Netzwerk Produktion wollen die IHK Mittleres Ruhrgebiet und die Bochum Wirtschaftsentwicklung gemeinsam Industrieunternehmen vernetzen und Innovationsimpulse geben – und starteten zum denkbar schlechtesten Zeitpunkt. Das erste persönliche Netzwerktreffen musste im März 2020 wegen der Pandemie abgesagt werden. Seitdem arbeitet man auf anderen Kanälen im Netzwerk.

44.238

Das ist nicht die Anzahl der Stadionplätze im Vonovia Stadion des VfL Bochum 1848 – das Stadion ist deutlich kleiner. 44.238 Arbeitsplätze sind der Industrie und dem produzierenden Gewerbe im Mittleren Ruhrgebiet zuzuordnen.¹ Bochum etwa ist ein traditionsreicher Industriestandort, der sich auf spannende Weise neu erfindet, nachdem die Schocknachrichten der Schließung von Opel und Nokia Anfang der 2000er-Jahre endlich verdaut waren. Mit knapp 20.000 Beschäftigten (Anteil an der Gesamtbeschäftigung: 14,7 %; Stand 2018) ist und bleibt der industrielle Kern weiterhin einer der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren der Stadt. Das Mittlere Ruhrgebiet ist eine Region, in der zahllose Industrieunternehmen zum Weltmarktführer aufgestiegen sind. Und auch weiterhin sind Erfindungsreichtum und Unternehmergeist gefragt, denn der Strukturwandel der Region, der in Europa seinesgleichen sucht, ist nur zu stemmen, wenn die Industrie sich permanent weiterentwickelt – sich immer wieder neu erfindet. Gerade für den Mittelstand ist die Dynamik, mit der man sich inzwischen weiterentwickeln muss, aber zunehmend eine Herausforderung.

Hier setzt das Inno-Netzwerk Produktion an, ein gemeinsames Angebot von IHK Mittleres Ruhrgebiet und der Bochum Wirtschaftsentwicklung an das produzierende Gewerbe in Bochum und Umgebung. Die Industriestandorte Bochum, Herne, Witten und Hattingen weiter zu stärken, zukünftige Chancen zu nutzen, dafür bietet das Inno-Netzwerk Produktion Hilfestellung für die mittelständische Industrie. Lösungsanbieter aus Forschung und Wirtschaft, Multiplikatoren und vor allem der industrielle Mittelstand selbst sind hier eingeladen, sich über Technologietrends und neue Geschäftsmodelle zu informieren. Gemeinsam sollen Impulse zur Weiterentwicklung von Projektideen diskutiert werden, das direkt in Kombination mit der Information zu passenden Fördermöglichkeiten und mit der Vermittlung zu Umsetzungspartnern aus dem Netzwerk.

Ein Netzwerk lebt immer vom persönlichen Erfahrungsaustausch – aber gerade das kam pandemiebedingt in den letzten Monaten gar nicht zustande. Daher haben die Kooperationspartner:innen in der Zwischenzeit andere Kanäle ge-



nutzt: virtuelle Trend-Speed-Datings, E-Mail-Newsletter und inzwischen sogar Audio- und Videopodcasts. Mit der Reihe „INNOPOD“ sollen die spannenden Kompetenzen, Angebote, Lösungsanbieter und Best-Practice-Beispiele in der Region vorgestellt werden. Moderiert wird die Reihe von Markus Majdaniuk, bei der Bochum Wirtschaftsentwicklung Ansprechpartner für das Innovationsfeld Produktionswirtschaft, und von Christiane Auffermann, Kompetenzfeldmanagerin „Unternehmen begleiten“ bei der IHK Mittleres Ruhrgebiet. Unterstützt werden sie dabei von Dr. Wolf-Christian Strotmann, Innovationsberater und Mitbegründer des Start-ups CENDAS GmbH. Die Produktion der Videopodcast-Reihe INNOPOD startete im Juni 2021: Hier erfahren Unternehmen aus Industrie und Handwerk, welche Trends aktuell zu beachten sind, wer hier bereits mit gutem Beispiel vorangeht und wie man selbst die ersten Schritte gehen kann. Nach der

Pilotfolge wird pro Folge ein Themenfeld mit einem Gast vorgestellt und aus den Perspektiven „Trend“, „regionale Umsetzung“ und „Unterstützungsangebote“ beleuchtet. Im August folgte die Episode 2 mit dem Schwerpunktthema „Künstliche Intelligenz“, in Kürze schließt sich eine weitere Episode zum Thema „Partnerschaftliche Kooperationsprojekte“ an. Zu finden sind die Episoden auf YouTube – jedoch hoffen alle, sich auch bald wieder persönlich netzwerken und diskutieren zu können.



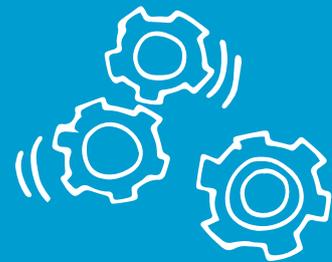
Zum YouTube-Kanal
INNOPOD – Der Videopodcast
des Inno-Netzwerks Produktion:
wir.netzn.de/innopod

¹ Quelle: eigene Ermittlung IHK Mittleres Ruhrgebiet



André Feist-Lorenz,
Mitarbeiter beim
Team „Weiterbildung“/
KompetenzWerk, IHK
Mittleres Ruhrgebiet

CORONA: DER BOOSTER FÜR DIGITALI- SIERUNG.



Die Corona-Pandemie hat alle Lebensbereiche be- und getroffen. Auch wenn sich langsam – und hoffentlich auch langfristig – die Situation wieder mehr und mehr normalisiert, werden einige Veränderungen auch weiterhin Bestand haben. Die bislang in manchen Bereichen eher schleppend verlaufende Digitalisierung zum Beispiel. Hier hat die Corona-Krise an vielen Stellen einiges bewegt. Viele Bürojobs waren in den pandemischen Spitzenzeiten ins Homeoffice ausgelagert – da war plötzlich eine stabile und schnelle Internetverbindung nicht nur fürs abendliche Streaming von Blockbustern wichtig, sondern auch für Videokonferenzen und Office-Programme. Noch deutlicher wurde es in Familien mit schulpflichtigen Kindern. Wer sogar mehrere Kinder parallel

im virtuellen Schulunterricht hatte, für den waren Internet-aussetzer gleichbedeutend mit Katastrophenalarm. Gleichzeitig hat diese Zeit aber auch gezeigt, wie schnell eine Umstellung ins digitale Arbeiten möglich ist und welche Vorteile damit verbunden sein können.

Ganz ähnlich verhielt es sich auch in der beruflichen Bildung. Spielten bislang digitale Weiterbildungsangebote eine eher untergeordnete Rolle, ging schlichtweg im Lockdown gar nichts anderes mehr. Besonders groß war der Leidensdruck in sogenannten Prüfungsvorbereitungslehrgängen, also Weiterbildungsformaten, die unmittelbar auf eine Berufsabschluss- oder Weiterbildungsprüfung innerhalb der nächs-



Durch Corona hat sich die Aus- und Weiterbildung in virtuelle Klassenräume verlagert

ten Zeit vorbereitet. Als kein Unterricht in Präsenzform mehr zulässig war, mussten schnelle, leistungsfähige und einfach zu bedienende Online-Tools her.

André Feist-Lorenz, Mitarbeiter im Arbeitsteam „Weiterbildung“/KompetenzWerk, kann sich noch gut an die ersten Lockdown-Tage erinnern: „Das Telefon stand nicht still, alle wollten natürlich wissen, wann und wie es weitergeht. Der Druck war enorm, schnell eine Lösung zu finden, denn es war klar, dass man das nicht einfach aussitzen konnte.“ Zwar war und ist der Markt mit einer Vielzahl von Anbietern für sogenannte virtuelle Klassen- und Seminarräume gut bestückt, dennoch war die Auswahl in der Kürze der Zeit schwierig.

„Viele Anbieter hatten erst mal Kapazitätsprobleme, die Server standen außerhalb der EU und waren damit aus Datenschutzgründen nicht sicher oder die Handhabung war nicht passend“, so Feist-Lorenz weiter. Als dann nach gerade einmal 14 Tagen Lockdown eine Lösung gefunden war, mussten alle mit dem System vertraut gemacht werden.

„Zum Glück haben alle unsere Trainer:innen, Dozentinnen und Dozenten sofort Vollgas gegeben und den Unterricht methodisch und didaktisch auf diese neue Unterrichtsform umgestellt, und auch die Teilnehmenden waren glücklich, dass wir so schnell wieder einsteigen konnten“, ist dem langjährigen IHK-Weiterbilder die Erleichterung noch immer an-

zumerken. „Wofür man sonst ein Projektteam zusammensetzt und mehrere Monate Vorlauf einplant, musste ich in meinem Keller-Homeoffice quasi im Alleingang einstielen“, resümiert er heute.

Durch diesen schnellen und erfolgreichen Umstieg in digitale Klassenzimmer und wenig später auch in virtuelle Seminarräume gelang es dem IHK-KompetenzWerk, auch in der dritten Corona-Welle eine Vielzahl von Seminaren und Lehrgängen anzubieten. „Wie hatten schon immer digitale Formate im Angebot, da wir mit vielen Kooperationspartnern zusammenarbeiten, aber unsere eigenen Veranstaltungen fanden bislang ausschließlich in Präsenzform statt – das wird sich sicherlich ändern, denn die Nachfrage nach klassischen Seminarthemen in digitaler Form ist deutlich gestiegen“, so

Feist-Lorenz. Viele Weiterbildende hätten sich nach ersten Anlaufhürden an digitale Kommunikation gewöhnt; was das Teammeeting fürs Büro kann, das geht auch in der Weiterbildung. Denn auch hier sparen sich die Teilnehmenden zeitraubende Anreisen, Parkplatzsuche und können sogar Seminare besuchen, die vielleicht sonst aufgrund der Entfernung gar nicht wirtschaftlich zu vertreten wären. „Langfristig wird es sicherlich eine höhere Nachfrage nach digitalen Angeboten geben, aber nur elektronisch wollen die wenigsten. Wahrscheinlich liegt die beste Form auch hier in der Mitte, also einer hybriden Weiterbildung aus Teilen in Präsenz- und digitaler Wissensvermittlung“, beschreibt Feist-Lorenz die nähere Zukunft in der Weiterbildung im IHK-KompetenzWerk aus seiner Sicht.

BRING YOUR OWN DEVICE!

*Klingt einfach, ist es aber nicht.
Rechtliche Fragestellungen rund
ums Homeoffice.*

Als das Virus sich auch hierzulande breitmachte, änderten sich die Dinge in vielen Betrieben schlagartig. Von einem Tag auf den anderen gingen Arbeitgeber:innen dazu über, ihren Angestellten die Nutzung privater Endgeräte zu gestatten – damit das Geschäft trotz physischer Abwesenheit nicht zum Erliegen kommen würde. Eben diese Nutzung privater Endgeräte ist mit „Bring Your Own Device“ gemeint, zu Deutsch: „Bring dein eigenes Gerät mit“. So praktisch es auch ist, am eigenen Laptop die Arbeit zu erledigen – dieses Thema hat einen ziemlich langen rechtlichen Rattenschwanz.

Nutzen Angestellte ihre eigene Hardware, wirkt sich das natürlich positiv auf den Kostenfaktor aus, da die Investitionen in die Hardware sinken oder sogar ganz eingespart werden. Das IT-Team des Unternehmens wird entlastet – immerhin sind kaum Schulungen oder aufwendige Einarbeitungsphasen nötig, da die Hardware den benutzenden Angestellten

bekannt ist. Updates müssen nicht mehr vonseiten des Unternehmens gemanagt werden.

Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wird durch die Eigenutzung eine neue Flexibilität eröffnet, was zu einer höheren Zufriedenheit und einer engeren Bindung führen kann. Der Knackpunkt: Dieses Höchstmaß an Freiheit führt dazu, dass Unternehmen ihre Hoheit über die Client-Geräte einbüßen, obwohl sie im Rahmen ihrer Pflichten weiterhin verantwortlich für die Sicherheit der Datenverarbeitungsprozesse sind. Das gilt insbesondere für personenbezogene Daten im Sinne des neunten Artikels der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO).

Ein weiterer wichtiger Faktor ist die Arbeitszeit. Es liegt in der Natur der Sache, dass die Endgeräte auch privat von den Angestellten genutzt werden. Somit besteht die Gefahr, dass die Grenze zwischen Arbeitszeit und Freizeit verschwimmt.



Mit eigenem Laptop im Homeoffice sind Angestellte maximal flexibel – doch Vorsicht: Unternehmen sind weiterhin verantwortlich für die Sicherheit der Datenverarbeitungsprozesse!

Fazit: Die BYOD-Methode hat zweifelsohne das Potenzial, mehr Flexibilität in den Unternehmensalltag zu bringen.

Ist das private Endgerät darüber hinaus mit dem IT-System des Unternehmens verknüpft, wird dieses in die Lage versetzt, die Angestellten zu überwachen. Allein die Möglichkeit hierzu reicht aus, um Mitbestimmungsrechte des Betriebsrats (§ 87 Abs. 1 Nr. 6 BetrVG) auszulösen.

Allerdings sind folgende Aspekte bei der BYOD-Planung nicht zu vergessen: der Datenschutz, gerade im Hinblick auf die

zu verarbeitenden Daten, sowie die personenbezogenen Daten der Arbeitnehmer:innen und die daraus resultierenden Mitwirkungsrechte des Betriebsrats.

Auch wenn die Angestellten ihre eigenen Geräte nutzen: Unternehmer:innen und Geschäftsführer:innen stehen weiter in der vollumfänglichen Verantwortung hinsichtlich der datenschutzrechtlichen Erwägungen.



SETLOG

Maximale Transparenz
für Menschenrechte.

Angefangen hat alles in einem kleinen Raum über einer Kneipe in Witten, heute hat das Unternehmen Setlog Büros in Bochum, Köln und New York und weltweit über 60 Mitarbeitende. Zu Besuch bei einem Software-Experten, der internationalen Kunden aus Textilbranche und Handel dabei hilft, mehr Transparenz in Produktion und Logistik ihrer Waren zu bringen.

Spätestens seit dem schrecklichen Unfall, bei dem in einer Textilfabrik in Bangladesch 2013 mehr als 1.000 Menschen starben, spielt soziale Verantwortung in der Produktion eine große Rolle. Durch das neue Gesetz zum Schutz der Menschenrechte in globalen Lieferketten bekommt das Thema noch mal mehr Schwung. Das Bochumer Unternehmen Setlog liefert Textilbranche und Handel die passende Software, um die Einhaltung der Menschenrechte in den einzelnen Fabriken zu überprüfen: „Am Anfang ging es unserer Kundschaft vor allem darum, die Qualität der Produktion zu kontrollieren. Da wurde geschaut, ob die Muster und Stoffe richtig sind oder ob die Knöpfe korrekt angebracht wurden. Mittlerweile rückt das Thema Corporate Social Responsibility immer stärker in den Fokus“, erklärt Setlog-Mitgründer und Vorstand Ralf Düster. „Mithilfe unserer Software wird beispielsweise nachgehalten, dass es keine Kinderarbeit gibt, dass die Notausgänge breit genug sind, dass aus-

reichend Feuerlöscher vorhanden sind und ob auf geregelte Arbeitszeiten geachtet wird. Heute muss jede Fabrik auditiert werden“, sagt er. Setlog betreut namhafte Unternehmen aus der Textilbranche wie KiK, Tom Tailor, Adler oder Galeria Karstadt Kaufhof, aber auch viele internationale Firmen aus dem Handelsbereich wie etwa den britischen Geschenkartikelspezialisten IG Design Group und den Kinderfahrradhersteller WOOM.

Wie die Überwachung der Fabriken genau funktioniert? Es werden digitale Softwarezugänge individuell für jede Kundin und jeden Kunden eingerichtet. Über den Link zur zentralen Software OSCA bekommen alle Liefernde Zugang zu der Kundenplattform: Sie stellen vor, wie sie produzieren, wie die Bedingungen für die Mitarbeitenden sind und wie sie von unabhängigen Prüfinstituten auditiert wurden. In der jeweiligen Kundenlösung werden auch die entsprechenden Zertifikate hinterlegt. Außerdem gibt es regelmäßige unangekündigte Kontrollen. „Sogenannte Auditoren, die unabhängig sind, gehen in die Fabrik und schauen sich die Situation vor Ort kritisch an“, sagt Düster. Dabei wird auch auf die Gebäudesicherheit geachtet und darauf, dass zum Beispiel keine Kinder in den Fabriken arbeiten. „Durch die unangekündigten Besuche bekommt die Kundschaft einen viel besseren Überblick, wie die Lage vor Ort wirklich ist. Früher wurden die Kontrollen angemeldet, und alle Zulieferer hatten noch genug Zeit, um eventuelle Mängel zu beheben“, weiß Düster. Setlog selbst ist regelmäßig in den Produktionsländern vor Ort und unterstützt aktiv bei der Nutzung der Software.

Ralf Düster sieht die produzierenden Unternehmen in einer klaren sozialen Verpflichtung: „Wer weltweit dafür sorgen kann, dass Produkte gut sind, kann auch dafür sorgen, dass sie unter ordentlichen Bedingungen hergestellt werden.“

Die Frachtpreise sind immens gestiegen

Neben dem Bereich Corporate Social Responsibility und Einhaltung des Lieferkettengesetzes ist der zweite Schwerpunkt bei Setlog die Warenverfolgung und der Transport. Dieser Bereich steht vor großen Herausforderungen: „Die globale Beschaffung ist momentan sehr schwer. Es fehlen Schiffe und leere Container. Die Frachtpreise von Asien nach Europa haben sich verachtfacht. Auto-, Bauindustrie und Importeure von Handels- und Konsumgütern haben schon massive Lieferprobleme“, schildert Ralf Düster die aktuelle Situation. Auch da hilft Setlog: „Unsere Software steuert die frühzeitige Buchung und sorgt zum Beispiel dafür, dass auf dem Schiff ein Platz geblockt wird oder dass ein Container verfügbar ist.“ Dabei wird das Thema Nachhaltigkeit immer wichtiger. „Wir müssen auch dafür sorgen, dass Container nicht mehr einfach halb leer losgeschickt werden, sondern gut ausgelastet sind“, erklärt Düster.

Mit OSCA werden Lieferketten effizient gemanagt

Zentrales Produkt für die Warenverfolgung und auch für die Social Responsibility ist die Software OSCA, die bei mehr als 150 Marken in den Bereichen Bekleidung, Elektronik, Nahrungsmittel, Konsumgüter und Hardware im Einsatz ist. Mithilfe von OSCA vernetzen Kundinnen und Kunden von Setlog mit ihren Lieferanten und Dienstleistern, um Prozesse zu beschleunigen, ihre Lieferkette aufeinander abzustimmen und effizient zu managen. So soll die Welt der Supply Chain transparenter, digitaler, effizienter und nachhaltiger werden.



Die Software OSCA wird bei mehr als 150 Marken in den Bereichen Bekleidung, Elektronik, Nahrungsmittel, Konsumgüter und Hardware eingesetzt

Wo dank der Digitalisierung heute bis ins kleinste Detail geplant und überprüft werden kann, brauchte man für den Transport von Waren aus Asien vor 20 Jahren noch eine ordentliche Portion Glück. Ralf Düster, der damals noch für den bekannten Textilunternehmer Klaus Steilmann gearbeitet hat, erinnert sich: „Schon damals gab es viele Produktionen in Asien. Aber das war für uns wie eine Blackbox. Wir waren froh, wenn das Schiff mit den Containern überhaupt irgendwann einmal ankam.“

„Ein Meilenstein in unserer Firmenhistorie war der Aufbau unserer Tochtergesellschaft Setlog Corp in New York City 2011.“

Ralf Düster

Diese Ungewissheit wollten Ralf Düster und seine Partner Guido Brackelsberg und Jakob Gielen nicht hinnehmen und gründeten vor mehr als 20 Jahren das Unternehmen Setlog: „Wir hatten von Anfang an die Vision im Kopf: Wir müssen mehr Transparenz in die Produktion und in die Logistik bringen. Unser Ziel war eine Software für mehr Transparenz für die Produkte aus Asien und Osteuropa.“

Aus seiner Arbeit bei der Steilmanngruppe wusste Düster, welche Themen innerhalb der Logistik besondere Kopfschmerzen bereiten. Seine Mitgründer brachten das nötige Fachwissen aus den Bereichen Handel und Finanzwesen mit. „Wir haben von Anfang an die Bedeutung der Digitalisierung des Supply-Chain-Managements erkannt und diese vorangetrieben“, so der 53-Jährige.

Das mittelständische Unternehmen mit Sitz im Jahrhunderthaus an der Bochumer Alleestraße ist ein starker Netzwerker: So arbeitet Setlog eng mit dem Kompetenznetz „Logistik.NRW“ (www.logit-club.de) und auch mit dem Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik IML Dortmund zusammen.



Ralf Düster
Setlog-Mitgründer und Vorstand



Nora Breuker
Setlog, Marketing Lead

Meetup: Community in Bochum

„Unser Meetup haben wir ins Leben gerufen, um eine Community in Bochum und der näheren Umgebung aufzubauen. Wir sind im permanenten Austausch mit Fachleuten aus Wirtschaft, Wissenschaft und der Gründerszene. Es passiert momentan enorm viel im Ruhrgebiet. Als Bochumer Unternehmen sehen wir es als unsere Aufgabe,

uns regional zu engagieren. Zum einen möchten wir zeigen, dass schlaue Köpfe nicht nur in Berlin oder München leben, sondern auch im Revier. Zum anderen möchten wir ein Dreh- und Angelpunkt des Wissenstransfers sein. Unser Meetup ‚Digital Innovation Ruhr‘ hat sich sehr gut etabliert. Wir sind die größte Meetup-Community in unseren Themengebieten im Ruhrgebiet. Dabei behandeln wir viele Nischen- und Spezialinteressen, schauen auch kritisch auf Megatrends und tauchen tief in Themen wie Digitales Marketing oder Softwareentwicklung ein. Nebenbei dient das Meetup auch als Plattform, neue Talente für Setlog zu finden. Wir zeigen offen, wie wir arbeiten und ticken. Das überzeugt Interessenten viel mehr als große Stellenanzeigen mit Slogans wie ‚Innovatives Unternehmen sucht innovative Mitarbeiter:innen‘“, sagt Nora Breuker, Marketing Lead bei der Setlog.

Drehscheibe des Wissens

„Im B2B-Bereich, speziell in der sich schnell wandelnden Logistik, wäre es geradezu töricht, nur im stillen Kämmerlein an der Weiterentwicklung einer Software zu arbeiten. Es gibt in der Region viele Fachleute auf den Gebieten IT, Marketing und Gründung. Zum einen müssen wir wissen, wohin die Reise geht. Deshalb tauschen wir uns beispielsweise eng mit dem Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik IML in Dortmund aus. Zum anderen wollen wir mit unseren Kundinnen und Kunden auf Augenhöhe diskutieren. Die Digitalisierung ist keine kommunikative Einbahnstraße. Wir sehen uns nicht nur als Softwareexperten, sondern vielmehr als Drehscheibe des Wissens“, sagt Setlog-Vorstand Ralf Düster.



Für ihre Meetups holt die Setlog Fachleute aus IT, Marketing und Gründung ins Haus.



Sie möchten gern mehr über Ralf Düster und Setlog erfahren? Dann hören Sie doch mal in Episode 65 unserer **FERN-SEHER**-Podcastfolge „Alles VUCA oder was?!“ wir.netzn.de/fernseher65

Setlog

Die Setlog Holding ist ein Anbieter von individuellen Supply-Chain-Management(SCM)-Lösungen. Zentrales Produkt ist die cloudbasierte Software OSCA. OSCA, das für „Online Supply Chain Accelerator“ steht, ist bei mehr als 150 Marken in den Bereichen Bekleidung, Elektronik, Nahrungsmittel, Konsumgüter und Hardware im Einsatz. Mithilfe von OSCA vernetzen sich Unternehmen mit ihren Kunden, Lieferanten und Dienstleistern, um ihre Lieferkette optimal aufeinander abzustimmen, Prozesse zu beschleunigen und Supply Chains effizient zu managen.

Das Unternehmen wurde 2001 gegründet und zählt heute mit über 40.000 Nutzern in 92 Ländern zu den führenden Anbietern von SCM-Software. Das Softwarehaus beschäftigt 60 Mitarbeitende an den Standorten Bochum (Sitz), Köln und New York.

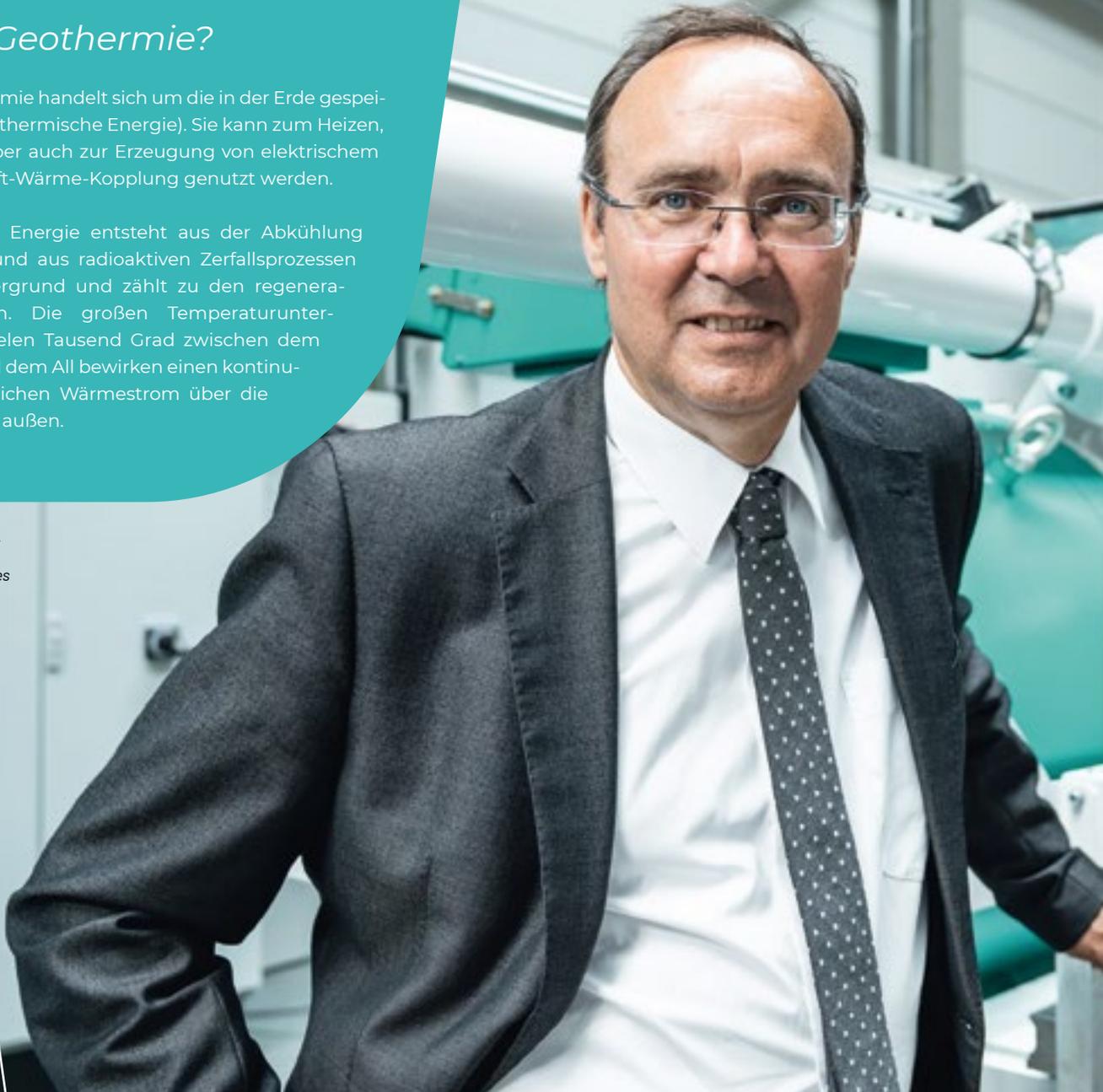
www.setlog.com

Was ist Geothermie?

Bei der Geothermie handelt es sich um die in der Erde gespeicherte Wärme (thermische Energie). Sie kann zum Heizen, zum Kühlen, aber auch zur Erzeugung von elektrischem Strom bzw. Kraft-Wärme-Kopplung genutzt werden.

Geothermische Energie entsteht aus der Abkühlung des Planeten und aus radioaktiven Zerfallsprozessen im tiefen Untergrund und zählt zu den regenerativen Energien. Die großen Temperaturunterschiede von vielen Tausend Grad zwischen dem Erdinneren und dem All bewirken einen kontinuierlichen natürlichen Wärmestrom über die Erdkruste nach außen.

*Prof. Dr. Rolf Bracke,
Geowissenschaftler
und Institutsleiter des
Fraunhofer IEG*



VOM BERGWERK ZUM GIGA-WÄRMESPEICHER

Das Thema Geothermie hat richtig viel Potenzial – besonders im Ruhrgebiet. Im Interview erklärt Prof. Dr. Rolf Bracke, Leiter des Fraunhofer IEG, wie stillgelegte Bergwerke für die Fernwärmeversorgung genutzt werden können.



Die Geothermie beschäftigt sich mit der unter der Erdoberfläche gespeicherten Wärmeenergie. Da denkt man als Laie schnell an Island, Vulkane und heiße Quellen. Wie kommt es, dass gerade Bochum Hauptstandort des Fraunhofer IEG (s. Infokasten) wurde und somit ein Hotspot der Geothermie ist?

Prof. Dr. Rolf Bracke:

Die Entscheidung war ein Ritterschlag für uns und für die Forschungsarbeit, die wir bereits vor Ort geleistet haben. Wir haben uns in den vergangenen 15 Jahren einen Spitzenplatz in der Geothermie-Forschung erarbeitet, und das ist kein Zufall: Das Ruhrgebiet blickt auf eine über 100-jährige Bergbautradition zurück. Hier sitzen weltweit führende Technologie-Unternehmen, die das entsprechende Know-how haben, um die Wärmeenergie aus der Tiefe zu fördern. Das ist ein starkes Argument für den Standort.

Warum ist das Thema Geothermie so wichtig für die Energiewende?

Bracke: Erdwärme soll schon bald die Heizenergie aus fossilen Quellen ersetzen. Fossile Energieträger haben keine Zukunft.

Und was ist aus Ihrer Sicht das große energetische Thema des Ruhrgebiets?

Bracke: Ganz klar die Umstellung der Fernwärme und der industriellen Prozesswärme. Fernwärme ist ein wichtiger Bestandteil der Wärmeversorgung in der Region. Wir haben 23 miteinander verknüpfte kommunale Fernwärmenetze im Ruhrgebiet. Wenn die Kohlekraftwerke vom Netz gehen, haben wir zu wenig Wärmezufuhr. Die große Frage wird dann sein: Wo kriege ich so viel Wärme her? Wir müssen einerseits Abwärme aus der Industrie nutzen und zugleich neue Wärme erzeugen.

Die ersten Kraftwerke haben bereits die Produktion eingestellt. Also ist Eile geboten?

Bracke: Ja! Der Handlungsdruck ist riesig. Im Land NRW sind erste Machbarkeitsstudien für die Umstellung kom-

munaler Wärmenetze und industrieller Prozesse in Auftrag gegeben worden. Aber jetzt müssen wir Tempo machen. In zehn bis 15 Jahren soll der Kohleausstieg abgeschlossen sein. Rechnerisch lassen sich die fossilen Energieträger durch erneuerbare ersetzen. Wir haben unseren Berechnungen nach ausreichend natürliche Wärme im Untergrund der Rhein-Ruhr-Region, um die Kohlekraftwerke zu ersetzen. Aber jetzt muss richtig viel Geld in die Hand genommen werden, um die Erforschung und Markteinführung weiter voranzutreiben. Außerdem müssen Beteiligungs- und Genehmigungsverfahren erheblich beschleunigt werden. Heute dauert die Projektierung eines Tiefengeothermie-Vorhabens wenigstens sieben bis neun Jahre. Bei der Vielzahl der benötigten Vorhaben – ein zentrales Kohlekraftwerk muss durch 20-50 dezentrale Geothermie-Anlagen ersetzt werden – werden zukünftig exponentiell mehr Interessen betroffen sein. Hier ist insbesondere der Gesetzgeber gefordert, einen umsetzungsorientierten Handlungskorridor zu schaffen.

Sie haben eben das besondere Know-how vor Ort hervorgehoben: Firmen aus welchem Bereich sind denn da besonders stark und mit Blick auf das Thema Geothermie zukunftssträftig?

Bracke: Firmen aus dem Untertagebereich Bohrtechnik, Pumpentechnik, Fördertechnik und Reservoirtechnik. Das Thema kann sehr viele Unternehmen betreffen, wenn sie sich zukünftig darauf einlassen. Wer sich bisher mit fossilen Energieträgern beschäftigt hat, kann jetzt auf erneuerbare Energieträger setzen. Das gilt auch für die Unternehmen mit Fokus über Tage aus dem Bereich Turbinen, Kühler, Rohrleitungen und Ventile. Die Industrie hier verfügt über das Wissen und die Technik für Kern- und Kohlekraftwerke. Jetzt hat sie die Chance, sich neue Bereiche zu erschließen.

Wie kann die Umstellung von fossiler auf erneuerbare Energie im Ruhrgebiet denn gelingen?

Bracke: Wir am Fraunhofer IEG unterstützen beim Ausbau klimaneutraler Energiesysteme. Dafür nutzen wir zum Bei-



spiel geflutete Bergwerke. Direkt unter unserem Fraunhofer-Campus befindet sich eine Zeche, die vor 50 Jahren geschlossen wurde und jetzt unter Wasser steht. Das Wasser dort wird mithilfe von Solarthermie von 15 Grad auf circa 70 Grad erwärmt und dann über eine Hochtemperaturwärmepumpe weiter auf über 100 Grad erhitzt. Mit der saisonalen Wärmespeicherung – d. h. der Einspeicherung von Überschusswärme im Sommer und der Entnahme im Winterhalbjahr – kann die Wärmewende auf klimaneutrale Energien funktionieren. Die Bergwerke hier in der Rhein-Ruhr-Region schenken uns viel Speichervolumen.

Gibt es denn schon ähnliche Projekte hier in der Umgebung?

Bracke: Unter dem ehemaligen Opel-Gelände (Mark 51^{o7}) liegt das ehemalige Steinkohlebergwerk Dannenbaum. Auch dieses Bergwerk wurde nach über 100 Jahren Produktion seit Anfang der 1960er-Jahre geflutet. Die Stadtwerke Bochum bohren nun mit unserer Unterstützung bis in die unterste Sohle in über 800 m Tiefe, um fast 40 Grad warmes Grubenwasser zu fördern. Dieses wird mit Wärmepumpen auf 55 Grad Wärmenetztemperatur gebracht. Gleichzeitig wird die dritte Sohle erbohrt: Dort können wir 16 Grad kaltes Wasser fördern und auf 12 Grad herunterkühlen. Mit diesem System lässt sich ein kombiniertes Wärme- und Kältenetz der 4. Generation betreiben, welches das Bergwerk als thermischen Schichtenspeicher einbindet. Das Konzept ist insbesondere für Stadtteile im Ruhrgebiet mit gleichzeitigem Wärme- und Kältebedarf interessant.

Dann gibt es doch in Sachen Energiewende hier viel Potenzial...

Bracke: Ja. Vom Kohle- zum Wärmebergbau – das könnte aus der Energieperspektive die Zukunft des Ruhrgebiets

sein. Die gefluteten Bergwerke in der Region können als gigantische Kälte- und Wärmespeicher genutzt werden. Der Fraunhofer-Campus ist das erste kleine Testgelände, bei Dannenbaum spielen wir das Thema schon größer. Im Ruhrgebiet und im Rheinland gibt es zwischen Aachen und Hamm bis nach Ibbenbüren über 200 stillgelegte Bergwerke. Somit ist der bevölkerungsmäßig größte Teil Nordrhein-Westfalens durch den Bergbau „unterkellert“. Und wir könnten die Hinterlassenschaften des Bergbaus in Zukunft für die Energiegewinnung gut nutzen. Wir haben die begründete Hoffnung, dass das funktioniert.

Gibt es neben den Bergwerken in der Region noch andere natürliche Energiequellen, an denen Sie als Fraunhofer IEG forschen?

Bracke: Ja. Neben dem Bergwerk gibt es ein zweites wichtiges Szenario. In vier Kilometern Tiefe gibt es in weiten Regionen wasserführendes Karbonatgestein, das bis zu 150 Grad heißes Wasser speichert. Nach unserer Berechnung ist das Wärmepotenzial in Kalksteinen um 20-mal höher als unser Wärmebedarf. Unter dem Ruhrgebiet, dem Rheinland und dem Münsterland befinden sich die geothermischen Reservoirs. An die Oberfläche treten diese Gesteinsschichten im Sauerland, in Wülfrath oder in Aachen, wo sie durch die heißen Quellen von Aachen bekannt sind. In München ist man in diesem Thema schon einen Riesenschritt weiter. München will bis 2035 erste klimaneutrale Millionenstadt in Europa werden und bei der Wärmeversorgung auf Geothermie umsteigen. Die Stadtwerke München fördern bereits Geothermalwasser mit einer Temperatur von 130–150 Grad aus vier Kilometern Tiefe und nutzen das zur Fernwärmeversorgung.



Links:

Ein Blick in das Innere des Internationalen Geothermiezentrums. Von hier aus wird die klimafreundliche Energieversorgung erforscht und vorangetrieben

Rechts:

Ein geothermales Fenster auf dem Gelände des Geothermiezentrums

Fraunhofer IEG

- *Fraunhofer IEG steht für „Institution for Energy Infrastructures and Geothermal Systems“.*
- *Das IEG wurde als 73. Institut der Fraunhofer-Gesellschaft und als Energie-wende-Institut gegründet; dabei wurde das Internationale Geothermiezentrum Bochum (GZB) Anfang 2020 in das Fraunhofer IEG überführt.*
- *Institutsleiter sind der Geowissenschaftler Prof. Dr. Rolf Bracke und der Physiker Prof. Dr. Mario Ragwitz. Das Fraunhofer IEG hat sieben Standorte in den Kohleregionen West- und Ostdeutschlands, vier davon liegen in NRW. Hauptstandorte sind Bochum und Cottbus.*
- *Die sechs Geschäftsbereiche sind: Integrierte Energiesysteme, Georessourcen, Geotechnologien, Netze/Energie- und Verfahrenstechnik, Speicher/Untertagesysteme sowie die Betriebsführung energietechnischer Anlagen.*
- *Die Fraunhofer-Gesellschaft ist mit fast 30.000 Mitarbeitenden die größte Organisation für Anwendungsforschung in Europa. Sie gehört neben der Max-Planck-Gesellschaft, der Helmholtz-Gemeinschaft und den Leibniz-Instituten zu den vier nationalen Forschungsorganisationen, über deren Haushalt der Bundestag und die Sitzländer entscheiden. „Damit können wir langfristig planen und sind nicht ausschließlich auf Projektfinanzierungen angewiesen“, sagt Prof. Dr. Bracke.*
- *Fraunhofer arbeitet und forscht zu etwa einem Drittel im Industrienauftrag und hat die forschungspolitische Aufgabe, schnell marktfähige Produkte zu entwickeln.*

Wie kann die IHK Mittleres Ruhrgebiet helfen, die Energie-wende vor Ort voranzubringen?

Bracke: Die IHK ist ein wichtiger Multiplikator. Es wäre toll, wenn sie eine Plattform einrichten würde, bei der sich alle Player rund um das Thema Energiewende einbringen könnten. Dort können wir dann zum Beispiel unsere Vorhaben mit den Energieversorgern technologieorientiert vorstellen, und Unternehmen aus relevanten Technologiefeldern könnten sich einbringen. Das ist interessant für Unternehmen aus dem Pumpenbereich, dem Leitungs- und Armaturenbau, der Bohrtechnik oder der Energietechnik. Fraunhofer forscht immer marktnah und ausführungorientiert, und wir sehen uns auch als eine verlängerte Entwicklungswerkstatt für Unternehmen, die diesen Transformationsprozess aktiv mitgestalten wollen. Aus diesem Grund ist es für uns interessant, mit ihnen zu diskutieren und gemeinsam zu überlegen, wie Produktportfolios angepasst und Technologien für die Energiewende entwickelt werden können.

Vielen Dank für das Gespräch!



Sie möchten mehr wissen?
Melden Sie sich in der Gruppe
Ressourcen & Energie an:
wir.netzn.de/runde



Mehr zu Geothermie und
Prof. Dr. Bracke in unserem
Podcast **FERN-SEHER**:
wir.netzn.de/fernseher34



Grüner Stahl!

Wer die Stahlproduktion nachhaltig gestalten will, der muss sich etwas einfallen lassen. Für Familie Lohmann-Hütte eine Selbstverständlichkeit.

Katja Lohmann-Hütte,
geschäftsführende
Gesellschafterin der
Friedr. Lohmann
GmbH, Werk für
Spezial- &
Edelstähle



Ökologisches Engagement, Mitarbeiter:innenbindung, Wirtschaftlichkeit und „Denken in Generationen“ – all das gehört für Katja Lohmann-Hütte zum Thema Nachhaltigkeit. „Mein Vater und die Generationen vor uns haben das vorgelebt. Wir gehen den guten Weg gerne weiter“, sagt die Geschäftsführerin der Friedr. Lohmann GmbH. „Für die Wirtschaftlichkeit eines Unternehmens spielt das nachhaltige Denken eine große Rolle.“

Seit 20 Jahren ist das Unternehmen nach dem **Umweltmanagement EN ISO 14001** zertifiziert (dabei wird in einem Prozess überprüft, ob bei der Produktion Umweltaspekte berücksichtigt werden). Zur Abfallvermeidung wurde ein eigener Wertstoffkreislauf aufgebaut. Außerdem hat bereits die Geschäftsführung in der vierten Ge-

neration entschieden, an die Ruhr zu gehen. Seitdem wird die Wasserkraft zur Gewinnung von grünem Strom genutzt. Zur Energieeinsparung wurden alle Hallen wärmegeklämt und alle Produktionshallen auf LED-Beleuchtung umgerüstet. 2010 wurde auf den Hallendächern eine Fotovoltaikanlage installiert.

Grüner Stahl – unter diesem Motto wird bei der Friedr. Lohmann GmbH produziert: „Wir versuchen bei der Stahlproduktion, so wenig Rohstoffe wie möglich einzusetzen, um ressourcenschonend zu produzieren“, erklärt sie. Dafür werden nur bestimmte Schrottarten ausgewählt.

Oberstes Ziel ist es, den gesamten Standort und die Produktion CO₂-neutral zu gestalten: Seit Juli 2021 arbeitet

die Gießerei komplett CO₂-neutral. Der grüne Strom der eigenen Wasserkraft wird hier genutzt, der Gasverbrauch und die Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe mit entsprechenden Ausgleichszahlungen kompensiert.

Das Unternehmen bekommt sehr viel positives Feedback auf sein grünes Engagement. Für Lohmann-Hütte und das Führungsteam ist das nachhaltige Handeln fester Bestandteil der Firmenphilosophie: „Mein Bruder, mein Cousin und ich, wir haben alle Kinder und sehen uns in der Verantwortung für die nachfolgende Generation. Wir wollen ihnen bestimmte Werte vorleben“, sagt die 47-Jährige. „Ohne nachhaltiges Handeln funktioniert das nicht.“

Mehr Infos unter:
www.lohmann-stahl.de/unternehmen

J. D. Neuhaus setzt auf nachhaltiges Handeln und 20.000 neue Mitarbeiter:innen.



Wie gut eine brummende Wirtschaft und Nachhaltigkeit zusammenpassen, zeigt J. D. Neuhaus aus Witten.

Die neuen Angestellten der J. D. Neuhaus GmbH & Co. KG sind überraschend still. Bis wir näher herantreten – dann hören wir das hypnotische Summen, das die etwa 20.000 Bienen von sich geben. Moritz Neuhaus-Galladé, einer der Söhne des geschäftsführenden Gesellschafters Wilfried Neuhaus-Galladé, lässt uns wissen, dass vor einer Woche zum ersten Mal Honig geerntet wurde. „42 Kilogramm“, sagt er lächelnd.

Die Bienenstöcke auf dem Firmengelände sind Teil von J. D. Neuhaus' Nachhaltigkeitsstrategie. Dazu gehört auch der Wechsel des Unternehmens zu einhundertprozentigem Ökostrom vom lokalen Energieversorger. Oder die Umstellung auf LED-Lampen im gesamten Werk in Witten. In den letzten anderthalb Jahren häufen sich Meldungen wie diese. „Das hat aber nichts mit Corona zu tun“, sagt Neuhaus-Galladé. „Vielmehr ist Nachhaltigkeit zu einem festen Bestandteil unserer Vision geworden.“

Die Vision, das Credo von J. D. Neuhaus: Wir helfen Menschen, Lasten in einer nachhaltigen und digitalisierten Welt zu bewegen. Irgendwann wäre das Thema Nachhaltigkeit aus dem gesellschaftlichen Diskurs nicht mehr wegzudenken gewesen. „Wir wollten das Thema nicht länger durch die Brille der Prozessoptimierung betrachten, sondern Nachhaltigkeit bewusst fördern.“ Davon abgesehen habe das Thema der Familie Neuhaus-Galladé schon immer am Herzen gelegen. „Europaweit sind wir eines der ältesten Maschinenbauunternehmen, das noch im Besitz der Gründerfamilie ist. Dafür braucht es schon eine gewisse Sensibilität für nachhaltiges Arbeiten. Wir wollen Vorreiter und Vorbild für unsere Angestellten sowie unsere Stakeholder sein und sehen umweltschonende Lösungen als Teil unserer Verantwortung. Alles andere würde nicht den Werten von J. D. Neuhaus entsprechen.“ Seit nunmehr 276 Jahren gibt es das Unternehmen. Mit seinem Bruder Christoph und seiner Schwester Gitta gehört Moritz zur achten Generation der Familie.



Die Bienenstöcke auf dem Gelände der J. D. Neuhaus GmbH & Co. KG sind Teil der Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens



Zurzeit arbeitet J. D. Neuhaus daran, eine zertifizierte CO₂-Bilanz zu erstellen. Dabei hilft die Fokus Zukunft GmbH aus Berg. „Die CO₂-Bilanz soll die Grundlage aller weiteren Maßnahmen darstellen. Gemeinsam mit unseren Angestellten und dem Betriebsrat wollen wir die Nachhaltigkeitsstrategie für die nächsten Jahre erarbeiten,“ sagt Neuhaus-Galladé.

Mit den Bienen wolle das Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit sowohl für Angestellte als auch für Besucher:innen erlebbar machen. Seit einiger Zeit gelten Bienen gewissermaßen als Botschafterinnen für nachhaltiges Handeln. Indem sie Pollen weitertragen und andere Pflanzen bestäuben, leisten sie einen unverzichtbaren Beitrag zum Funktionieren eines Ökosystems. „Gerade vor diesem Hintergrund sind wir stolz, den Bienenstämchen auf unserem Gelände eine Heimat zu bieten,“ erklärt Moritz Neuhaus-Galladé und fordert: „Unser Ziel, nachfolgenden Generationen eine gesunde Erde zu übergeben, können wir nur erreichen, wenn jeder seinen Teil dazu beiträgt.“ Wie in einem Bienenstamm eben.

In Zukunft wolle das Unternehmen weiter an der Erfüllung seiner Vision arbeiten. Auf der Produkt- und Prozessebene gelte es, Innovationen auf den Markt zu bringen sowie in neue Branchen einzusteigen.

„Zwar gehören Öl und Gas nach wie vor zu unseren wichtigen Absatzmärkten. Inzwischen machen sie aber glücklicherweise keine 70 bis 80 Prozent mehr aus. Stattdessen haben wir die allgemeine Industrie mit Schwerpunkten wie Chemie, Lebensmittel oder Fahrzeugbau für uns erschlossen.“ Gerade beim Thema Wasserstoff sehe Neuhaus-Galladé großes Potenzial: „Hier wollen wir einen Zugang finden. Gibt es einen Bedarf an pneumatischen Hebezeugen?“

Auch die Digitalisierung werde für J. D. Neuhaus eine große Rolle spielen: „Sicherlich gehören Digitalisierung und Nachhaltigkeit für uns zusammen. Die Erfahrung der letzten anderthalb Jahre lehrt uns, dass Digitalisierung oft förderlich für Nachhaltigkeit ist – und umgekehrt,“ weiß Moritz Neuhaus-Galladé.

Und was wird nun aus den 42 Kilogramm Honig? „Diesbezüglich haben wir noch keine endgültige Entscheidung getroffen“, lacht Neuhaus-Galladé. „So viel sei aber schon mal verraten: Es handelt sich um den Windenhonig, und wir rechnen mit 140 bis 150 Gläsern à 250 Gramm. Wer in den Genuss des Honigs kommt, bleibt abzuwarten.“

Was J. D. Neuhaus eigentlich macht?

Hier geht's zur Firmen-Website:

www.jdngroup.com

VfL Bochum 1848: engagiert für mehr Nachhaltigkeit

Wenn ein Fußball-Bundesligist so viele Menschen in der Region erreichen kann, dann hat das ein Riesenzugpotenzial, Menschen über Themen der Nachhaltigkeit zu informieren – und bestenfalls zu aktivieren –, so sieht das jedenfalls der VfL Bochum 1848 und setzt sich damit nicht nur sportlich von anderen Bundesligisten ab!

Die Themen der Nachhaltigkeit und des gesellschaftlichen Engagements spielen beim Verein seit langer Zeit eine wichtige Rolle. Gebündelt unter dem Slogan „**Hier, wo das Herz noch zählt**“ beruht das Engagement auf den Werten

Von links nach rechts:
 Prof. Dr. Marcus Schröter
 (FB Wirtschaft, Hochschule Bochum),
 Prof. Dr. Jürgen Bock (Präsident
 der Hochschule Bochum),
 Matthias Mühlen (Leiter CSR,
 VfL Bochum 1848),
 Ilja Kaenzig (Sprecher der GF,
 VfL Bochum 1848) und
 Sebastian Schiendzielorz
 (GF Sport, VfL Bochum 1848)



des VfL-Leitbilds. Der konsequente Bezug zu diesem Leitbild hilft dabei, die passenden Aktivitäten auszuwählen. Bei den Maßnahmen oder Projekten werden immer bodenständige, authentische und wirkungsvolle Lösungen angestrebt. Diese sind eng verknüpft mit den VfL-Fans, dem Vonovia Ruhrstadion und Bochum. Das zeugt sowohl von Nähe zur Stadt und zur Region als auch von wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Verantwortung.

Doch woher weiß man, was gerade die „beste“ oder „richtige“ Maßnahme ist?

Die Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie berücksichtigt immer auch die Sichtweisen der verschiedenen Anspruchsgruppen oder Stakeholder. Dieser Prozess wird als Wesentlichkeitsanalyse oder auch Materialitätsanalyse bezeichnet. Der VfL ist dazu eine Kooperation mit der Hochschule Bochum eingegangen. Seit mittlerweile acht Jahren

setzt die HSBO in Lehre, Forschung und Organisation auf Nachhaltigkeit. Inzwischen bietet sie in diesem Bereich einen Bachelor- sowie zwei Masterstudiengänge an und ist in zahlreichen Forschungsprojekten aktiv, bei denen Nachhaltigkeit eine zentrale Rolle spielt.

Die Durchführung der Materialitätsanalyse wurde im Rahmen einer Masterarbeit in Auftrag gegeben. Ilja Kaenzig, Sprecher der Geschäftsführung des VfL Bochum 1848, begrüßt die Kooperation: „Wir freuen uns darüber, dass wir mit der Hochschule Bochum einen weiteren starken wissenschaftlichen Partner aus der eigenen Stadt für den Bereich der Nachhaltigkeit gewinnen konnten.“

Und dass die Ergebnisse einen wichtigen Beitrag leisten werden, das ist für Matthias Mühlen, Leiter der CSR-Abteilung beim VfL Bochum 1848, sicher: „Dadurch wird es für uns zukünftig noch leichter möglich sein, uns auf die nachhaltige Entwicklung zu fokussieren und auf die eigenen Stärken zu konzentrieren.“

5 Fragen an: Andrea Kehry-Rudolph



Die POTTEERY in Hattingen; ein inhabergeführtes Fachgeschäft für Tee, Teezubehör, schöne Dinge und mit angeschlossenem Studio, in dem man Keramik bemalen kann; Hauptpreisträger:in „Helden des Handels NRW 2021“ und unter den zehn Nominierten für den „Deutschen Handelspreis 2021“

Andrea Kehry-Rudolph,
Inhaberin von Die POTTEERY
www.die-potteery.de

Wie würden Sie Ihren Job einem Kind erklären?

Bei uns im Laden gibt es nicht nur jede Menge Tee und schöne Dinge zu entdecken. Du kannst bei uns auch kreativ werden und zum Beispiel deinen eigenen Keramikbecher bemalen. Wir Kaufleute müssen nicht nur eine ganze Menge über die Sachen wissen, die wir verkaufen, sondern auch richtig viel organisieren, sodass du dich bei uns im Laden wohlfühlst. Im letzten Jahr hat sich durch Corona aber viel verändert und ich habe mich vor allem um die sogenannte Digitalisierung gekümmert. Uns war es sehr wichtig, dass – als alle Kindergärten, Schulen und viele Geschäfte geschlossen waren – du und deine Familie bei uns weiter einkaufen und ihr auch zu Hause mit unserer Hilfe Keramik selbst bemalen konntet.

Wie sieht ein absolut durchschnittlicher Arbeitsalltag aus?

Es gibt die erste gute Tasse Tee frühmorgens, mit einem ersten Check der Bestellungen und E-Mails der letzten Stunden. Um 7:15 Uhr geht es auf die morgendliche Hunde-Gassirunde mit meiner Mitinhaberin und Freundin Gitti Heise; Zeit, die wir nutzen, um die Aufgaben des Tages zu besprechen. Von 9 bis 19 Uhr sind wir im Laden präsent, aber zurzeit ist mein Tag immer noch hauptsächlich ausgefüllt mit Aufgaben und Ideen, die aufgrund der Digitalisierung unseres Unternehmens und den damit verbundenen neuen Geschäftsprozessen entstehen und umzusetzen sind. Die Zeit für eine ausführliche Teeberatung oder einen kleinen Plausch mit Kundinnen und Kunden lasse ich mir aber nicht nehmen. Die Abende nutze ich oft für etwas Networking: Sei es, um sich mit anderen Unternehmen online auszutauschen, an Livestreams mit Teefachleuten aus der ganzen Welt teilzunehmen oder aus den USA Tipps zu neuen Techniken in wöchentlichen Online-Workshops zu erhalten.

Für welche Eigenschaften bekommen Sie die meisten Komplimente?

Meine größte Stärke ist sicherlich, auch in stressigen und nervigen Momenten Ruhe zu bewahren und den Überblick behalten zu können. Ich liebe es, kreative Lösungsansätze zu finden und aus extremen Situationen das Optimale herauszuholen. In meiner Familie und unserem Team nachgefragt, werden mir die typisch westfälischen Eigenschaften – zuverlässig, treu und fleißig, gepaart mit der aufgeschlossenen und kontaktfreudigen Art von uns Menschen im Ruhrgebiet – zugeschrieben. Das passt, denn ich komme von hier, und mein Herz schlägt für unsere Region.

Welche Orte in Ihrer Stadt gefallen Ihnen besonders gut?

Die schöne Hattinger Altstadt mit den verwinkelten Gässchen und den vielen netten Cafés, Restaurants und Kneipen. Gerade an Sommerabenden komme ich da regelrecht in Urlaubsstimmung. Wenn sich die Zeit ergibt, spazieren wir zur Isenburg hoch, eine Burgruine oberhalb des Ruhrtals mit fantastischem Ausblick, wo man ganz in Ruhe von oben dem bunten Gewimmel auf dem Leinpfad und auf der Ruhr zuschauen kann.

Was darf in Ihrem Kühlschrank niemals fehlen?

Selbst gemachte Tomatensoße und selbst gemachtes Pesto, wenn es mal wieder schnell und trotzdem lecker sein soll. Beim Pesto experimentiere ich auch gerne mit Tee als Gewürz. Besonders grüner und chinesischer Rauchtees eignen sich dafür hervorragend.

Vielen Dank!

BLICK NACH VORN!



Prof. Dr. Jens Pöppelbuß,
Lehrstuhl für Industrial Sales
and Service Engineering an
der Ruhr-Universität Bochum

Beschäftigt euch mit Innovationen! Gerade in Zeiten von Krisen oder leichten Abschwüngen! Ein Appell von Prof. Dr. Jens Pöppelbuß vom Lehrstuhl für Industrial Sales and Service Engineering an der Ruhr-Universität Bochum.

Warum sollten Unternehmen auch in Krisenzeiten Innovationen im Blick behalten?

Prof. Dr. Jens Pöppelbuß: Es ist immer und nicht nur in Krisenzeiten wichtig, nach vorne zu schauen. Wenn man perspektivisch als Unternehmen erfolgreich sein möchte, muss man sich mit der Zukunft auseinandersetzen. Krisen oder leichte Abschwünge bedeuten auch, dass mehr Zeit zur Verfügung stehen kann, um sich mit neuen Ideen zu beschäftigen. Darum kann eine Krise auch ein Impuls dafür sein, das Bestehende zu hinterfragen: Brauchen wir andere Angebote für unsere Kunden

innen und Kunden? Haben sie vielleicht andere Bedürfnisse? Darum sollte eine Krise nicht lähmen oder dazu führen, dass ein Unternehmen stehen bleibt. Wenn ein Betrieb existenziell bedroht ist, ist das natürlich leichter gesagt als getan.

Welche Bedingungen sind nötig, um neue Ideen zu entwickeln?

Pöppelbuß: „Das Tagesgeschäft geht vor, da bleibt keine Zeit für Innovationsworkshops“ – diese oder ähnliche Rückmeldungen bekommen wir sehr häufig. Für neue Ideen braucht

Der Trendmanager

Mit dem TRENDMANAGER erfahren Sie Insights von mehreren Tausend Innovationsprojekten auf der ganzen Welt. Sie können Ideen finden und bewerten, mit Professionals aus dem Netzwerk diskutieren und Partner:innen für die Umsetzung suchen.

Kostenlos für alle Mitglieder.

Informationen bei
Christiane Auffermann:
auffermann@netzn.ihk.de

man Raum, und man muss den Blick über den Tellerrand wagen und schauen, was sich außerhalb des Unternehmens so tut. Außerdem brauchen die Menschen das nötige Selbstvertrauen. Sie müssen sich zutrauen, sich mit neuen kreativen Dingen zu beschäftigen. Viele Unternehmen haben auch Hemmungen davor, mit neuen Ideen auf ihre Kundschaft zuzugehen. Entweder sie haben Angst vor negativem Feedback oder davor, dass eine zu große Erwartungshaltung entsteht. Außerdem findet zu wenig direkter Austausch statt: Manchmal müsste das Unternehmen seine Kundinnen und Kunden einfach direkt fragen, was überhaupt ihre Wünsche für die Zukunft sind. Das würde einiges erleichtern.

Auch die Strukturen eines Unternehmens müssen hinterfragt werden, wenn man Innovationen fördern möchte. Das ist allerdings ein langer Prozess. Die Hierarchien müssen abgebaut werden, nur so werden die Angestellten ermutigt, frei zu denken und neue Ansätze zu entwickeln. Und es braucht Zeit und vor allem Wertschätzung für neue Ideen.

Inwiefern kann Ihr Lehrstuhl dabei helfen?

Pöppelbuß: Wir bieten je nach Kontext unterschiedliche Formate an, wie zum Beispiel Innovationsworkshops für Unternehmen und demnächst auch Innovationsprechstunden. Da werden Unternehmen beispielsweise bei der Entwicklung von digitalen Services für den Maschinen- und Anlagenbau begleitet. Im Sommersemester gibt es außerdem immer eine Lehrveranstaltung ‚Design Thinking zur Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle‘. Die Studierenden aus verschiedenen Fakultäten entwickeln dabei gemeinsam über ein Semester hinweg innovative Lösungsvorschläge für Unternehmen, die sich an uns mit ihren Herausforderungen gewandt haben. Die Studierenden gehen immer ganz unvoreingenommen an die Themen ran und stellen viele Dinge infrage. Und sie haben einen viel natürlicheren Zugang zu digitalen und insbesondere mobilen Technologien, wenn es um die Lösungsfindung geht.

Im Herbst 2021 wird außerdem das Zentrum für das Engineering Smarter Produkt-Service-Systeme (ZESS) auf Mark 51⁰⁷ eröffnet, in dem wir als Lehrstuhl für Industrial Sales and Service Engineering ein weiteres Innovationslabor betreiben werden. Auch dort planen wir Innovationsworkshops mit Unternehmen und haben dort zugleich die besondere Gelegenheit, auf modernste Fertigungsanlagen für das Prototyping und Testing zurückgreifen zu können. Unser Fokus liegt dabei immer auf Business-to-Business-Märkten und der Maschinen- und Anlagenbau ist unser Schwerpunkt.

Kann der IHK-Trendmanager dabei helfen?

Pöppelbuß: Der Trendmanager der IHK kann wertvolle Impulse liefern. Er zeigt auf, was am Markt passiert. Und was in der Welt für Trends aktuell sind. Die Unternehmen können entsprechend ihrer Themen und ihrer Branche filtern und rausuchen, was für sie relevant sein könnte. Aber auch Ideen aus fremden Branchen können anregend sein, im Sinne des Konfrontationsprinzips. Maschinenbauunternehmer können sich zum Beispiel fragen: Wie würde Apple mein Unternehmen führen? Was würde ich dann anders machen? Der Erfolg der Internet-Giganten hat auch seine Quellen. Es ist gar nicht verkehrt, auch mal auf solche Erfolgsrezepte zu schauen.

Vielen Dank für das Gespräch!

Q#4

UNSER AKTUELLES WEITERBILDUNGS-ANGEBOT

Sprechen
Sie uns
gern
an!

André Feist-Lorenz
feist@netzn.ihk.de
0234 9113-168



Lara Obermüller
obermoeller@netzn.ihk.de
0234 9113-158



Gabriele Stiegemann
stiegemann@netzn.ihk.de
0234 9113-195



Johannes Willberg
willberg@netzn.ihk.de
0234 9113-125



- 26.10.2021 – 28.09.2023** **Wirtschaftsfachwirt:in (IHK) 2021/23 intensiv**
Bachelor Professional of Business (CCI)
- 27.10.2021 – 10.11.2021** **Intensivtraining für Spitzenverkäufer**
Das Einmaleins des aktiven Verkaufs
- 03.11.2021** **Der schnelle Weg zum professionellen Nachhaltigkeitsbericht**, Live-Online-Seminar
- 04.11.2021 – 09.03.2023** **Personalfachkaufmann/-frau (IHK) 2021/23**
Bachelor Professional of Human Resources Management (CCI), Live-Online-Lehrgang
- 04.11.2021** **Rhetorik für Auszubildende**
Lebendig und wirkungsvoll reden
- 05.11.2021 – 10.12.2021** **Kommunikationsmanager:in (IHK)**
Zertifikatslehrgang
- 10.11.2021 – 11.11.2021** **Vom Mitarbeiter zur Führungskraft**
Führungs-Intensiv-Training
- 12.11.2021 – 17.01.2022** **Social-Media-Manager:in (IHK)**
Zertifikatslehrgang, Live-Online-Seminar
- 15.11.2021 – 10.12.2021** **Fachkraft für Additive Fertigung/ 3-D-Drucktechnologie (IHK)**
Zertifikatslehrgang
- 17.11.2021 – 27.11.2021** **Vorbereitungslehrgang auf die AEVO-Prüfung**
Kompakt
- 22.11.2021 – 23.11.2021** **Werteorientiert & situativ führen**
- 23.11.2021** **Umsatzsteuerseminar: Reihen- und Dreiecksgeschäfte**
Konsequenzen des Brexit für Reihengeschäfte
- 25.11.2021** **Textwerkstatt**
Passend schreiben in der digitalen Welt
- 02.12.2021 – 09.12.2021** **Erfolgreich in Führung gehen**
- 06.12.2021 – 07.12.2021** **Wie ticken wir bei Veränderungen?**
Unsere Persönlichkeit gibt den Takt vor!
Interaktives Webinar



Besuchen
Sie uns auf:
[netzn.de/
kompetenzwerk](http://netzn.de/kompetenzwerk)



**Kompetenz
Werk**



Mittleres Ruhrgebiet



Damit künstliche Intelligenz die Menschen, die mit ihr arbeiten sollen, mitnehmen kann, müssen maßgeschneiderte Algorithmen entwickelt werden

ROBO, DER NEUE KOLLEGE

Das Projekt HUMAINE stellt die Weichen für die Zukunft der Arbeitswelt in der Metropole Ruhr. Es gibt eine millionenschwere Förderung vom Bundesforschungsministerium.

Damit künstliche Intelligenz (KI) die menschliche Arbeit in der Metropole Ruhr noch besser unterstützt, ging im April 2021 ein neues Projekt an den Start: Forscher:innen erarbeiten mit Partnern aus der Industrie Methoden, um die KI-Entwicklung konkret an den Bedürfnissen der Nutzer auszurichten. Das Bundesforschungsministerium fördert das Vorhaben mit dem Titel „Kompetenzzentrum HUMAINE – Transfer-Hub der Metropole Ruhr für die humanzentrierte Arbeit mit KI“ mit rund acht Millionen Euro für zunächst vier Jahre. Die Ruhr-Universität Bochum (RUB) koordiniert das Vorhaben, an dem auch die Universität Duisburg-Essen und die Bochumer Hochschule für Gesundheit beteiligt sind.

Das Projekt bringt Forscher:innen aus der Arbeitswissenschaft, der Neuroinformatik, der Ingenieurwissenschaft, Psychologie und Sozialwissenschaft mit Personen aus mittelständischen Unternehmen sowie Transferspezialisten zusammen. Das Ziel: Für verschiedene Anwendungen in der Industrie, der Gesundheitswirtschaft und dem Versicherungswesen sollen maßgeschneiderte Algorithmen für die Entwicklung künstlicher Intelligenz erarbeitet werden.

„Viele Unternehmen haben Sorge, dass die Einführung von KI im Betrieb auf Ablehnung stoßen könnte“, erklärt Prof. Dr. Uta Wilkens vom RUB-Institut für Arbeitswissenschaft,

Koordinatorin von HUMAINE. „Deshalb ist es wichtig, dass mithilfe von KI nachvollziehbare Lösungen entstehen, die den Menschen nicht infrage stellen, sondern Potenziale heben.“

Dabei geht es den Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern nicht darum, die menschliche Intelligenz bestmöglich mit KI zu imitieren. Sie sehen menschliche und künstliche Intelligenz vielmehr als komplementär an und wollen KI nutzen, um Lebens- und Arbeitsbedingungen für den Menschen zu verbessern. Das Projekt HUMAINE beinhaltet verschiedene Anwendungsszenarien, in denen KI-Profis mit den Fachleuten aus der Praxis maßgeschneiderte Lösungen für konkrete Fälle entwickeln. In einem Szenario geht es etwa darum, Läsionen im Gehirn, die relevant für die Epilepsie-Therapie sind, anhand von Aufnahmen aus bildgebenden Verfahren computergestützt zu detektieren. In anderen Szenarien soll überprüft werden, ob künstliche Intelligenz beim Beurteilen von Kfz-Schäden für die Erstellung von Schadensgutachten helfen kann. Ein weiteres Entwicklungsfeld richtet sich auf die Geschäftsmodellentwicklung für individuelle industrielle Services. Schließlich geht es auch um die Frage, wie KI die logopädische Behandlung von Sprachstörungen fördern könnte.

„Das Ruhrgebiet zählt mittlerweile zu einer der gründungsintensivsten Regionen im Bereich der Informationstechnologie“, sagt Prof. Dr. Uta Wilkens. „Mit HUMAINE wollen wir auch traditionellen Branchen die Chance geben, Wachstumsfelder durch neue Geschäftsmodelle zu erschließen, und auch der Start-up-Szene eine Möglichkeit bieten, sich hier anzudocken.“

Nach dem Ende der Projektförderung soll das Kompetenzzentrum auf dem Gründer- und Technologiecampus Mark 51^o7 in Bochum zur dauerhaften Anlaufstelle werden.



Lust, beim Transfernetzwerk von HUMAINE mitzumachen? Die IHK und der Lehrstuhl von Prof. Dr. Pöppelbuß (siehe S. 47) gehen auf dem kommenden RuhrFaktor New Work am 12.11.2021 mit dem Netzwerk zum Thema „KI“ an den Start. Besuchen Sie uns!

Termine

01.10.2021	08:30 - 16:30	Ausbildungsmesse Hattingen (EN-Messe) LWL-Industriemuseum Henrichshütte
26.10.2021	16:00 - 18:30	Stars der Ausbildung Autokino am Gysenbergpark
27.10.2021	10:00 - 13:00	Finanzierungssprechtage IHK
12.11.2021	09:00 - 14:00	RuhrFaktor New Work IHK
19.11.2021	11:00 - 15:00	Landesbestenehrung NRW Emscher-Lippe-Halle Gelsenkirchen
23.11.2021	10:00 - 13:00	Nachfolgesprechtage IHK
24.11.2021	10:00 - 13:00	Finanzierungssprechtage IHK

Wir hinterlassen unsere Spuren überall!



Wer seid ihr eigentlich und wenn ja, wie viele?

Wir sind in Deutschland rund 10.000 Unternehmer:innen und Führungskräfte unter 40 Jahren, die sich im Ehrenamt engagieren. Unser Weltverband JCI besteht aus ca. 11 Millionen Mitgliedern in über hundert Ländern.

Was macht euch eigentlich aus bzw. was macht ihr eigentlich so?

Wir sind mit „Bill Clinton“ per Du. Weil alle WJ untereinander per Du sind. Wir entwickeln unsere Projekte mit Leidenschaft und Engagement. Das ist ein bunter Strauß an Aktivitäten zwischen Hoodie und Abendkleid. Manchmal treffen wir uns in ganz lockerer Runde und organisieren ein KidsFit bis spät in die Nacht. Ein anderes Mal treffen wir uns mit Jemandem aus der Politik zum direkten Austausch. Für jede Frage finden wir im Netzwerk die passende Antwort.

Was kann ich als Wirtschafts-junior (WJ) erleben?

Du kommst an Orte, an die du sonst nicht einfach so kommst. Du lernst Menschen und Persönlichkeiten kennen, zu denen du sonst kaum Zugang erhältst. Du besichtigst tausend Meter unter der Erde einen stillgelegten Stollen oder fliegst in zehntausend Metern Höhe zum World Congress nach Japan. Deine Familie ist, als wichtiger Teil von dir, bei unseren Events eine gern gesehene Begleitung.

Habt ihr nix Besseres zu tun?

Ehrlich gesagt: Nein! Hätten wir etwas Besseres zu tun, würden wir es ja machen. Aber Hand aufs Herz: Natürlich gibt es Momente, die man lieber anders nutzen würde. Aber im Nachhinein sind es dann genau diese Erlebnisse, die einem zeigen, wie wertvoll es ist, eine Wirtschaftsjuniorin bzw. ein Wirtschaftsjunior zu sein.

Und was habt ihr davon?

Am Ende sind wir alle grenzenlose Optimisten, die den Mut haben, die eigene Zukunft selbst in die Hand zu nehmen. Alle, die dabei sind, möchten etwas verbessern. Die einen wollen ihren Horizont erweitern, die anderen ihr Netzwerk ausbauen, Gemeinschaft (er)leben, Freundschaften schließen oder etwas an die Gesellschaft zurückgeben.

Was unterscheidet euch von anderen Netzwerken?

Wenn wir dir diese Frage bis jetzt nicht beantworten konnten, dann ruf uns an und wir erklären es dir in einem persönlichen Gespräch.

Wo finde ich euch?

Wir hinterlassen unsere Spuren überall. Im Internet unter www.wj-mr.de, bei LinkedIn, Facebook, Instagram. Persönlich bei unseren Veranstaltungen oder in der Geschäftsstelle in der IHK.

Ihr seid also die von der IHK?

Nein, wir sind keine Mitarbeiter:innen der IHK. Aber die IHK ist unser wichtigster Netzwerkpartner und Unterstützer. Wir haben zahlreiche gemeinsame Interessen und Ziele und bringen uns daher gerne auch in Projekte und das Ehrenamt der IHK ein.



 [wir.netzn.de/
wj-fb](https://www.facebook.com/wir.netzn.de/wj-fb)



 [wir.netzn.de/
wj-insta](https://www.instagram.com/wir.netzn.de/wj-insta)

Jahresbericht eines WJ-ler



Jonas Vieting, WJ-ler und
Ansprechpartner im Ressort
Mitglieder & Kommunikation

Den meisten Menschen ist es wichtig, bei den Dingen, die sie tun, Freude zu haben. Das bezieht sich auf den Beruf, genauso wie auf Dinge, die man in seiner Freizeit macht. Ich selbst habe in den letzten Jahren eine Vielzahl unterschiedlicher Tätigkeiten kennengelernt. Ich habe Kisten gestapelt, für Veranstaltungen Stühle geschleppt oder im Müllwagen gesessen. Zur Weihnachtszeit habe ich an einem Stand auf dem Weihnachtsmarkt gearbeitet. Beim Speeddating oder in den zahlreichen Schulungen, die ich gemacht habe, durfte ich großartige neue Menschen und auch Freunde kennenlernen. Mit einigen bin ich gemeinsam in Deutschland unterwegs gewesen und habe unter anderem den Bundestag besucht oder mir die Sehenswürdigkeiten des Bergischen Landes angesehen. Jede dieser Tätigkeiten, ob nun groß oder klein, hat mir sehr viel Spaß gemacht und mich in meiner persönlichen Entwicklung weitergebracht.

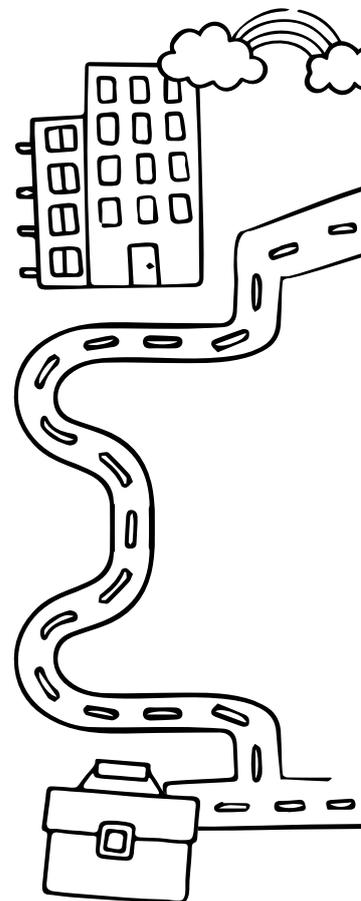
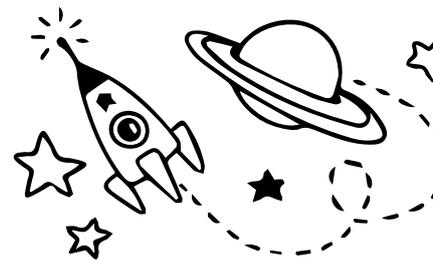
Aber warum erzähle ich das? Bin ich ein Mensch, der in den Berufen wechselt, noch bevor die Probezeiten vorbei ist, und der anderen sein Privatleben ungefragt aufdrängen möchte? Nein, ich bin Wirtschafts junior – und habe alle oben genannten Erfahrungen im Rahmen meiner Projekte gemacht. Mit anderen Worten: Ich habe diese Sachen neben, aber nicht unabhängig von meiner beruflichen Karriere gemacht.

Die Kisten stapelte ich, um im Format „KidsFit“ Grundschulkindern aufzuzeigen, wie hoch man auf dem Mond springen könnte. Auch im Müllwagen saß ich im Rahmen von „KidsFit“. Statt über den Mond zu sprechen, haben wir dabei allerdings rund um das Thema Nachhaltigkeit Lernstationen entwickelt.

Der Stand auf dem Weihnachtsmarkt war unsere „Rüttelhütte“, die die Start-ups für jeweils drei Tage nutzen durften, um ihre Produkte wortwörtlich auf dem Markt zu testen. Das Speeddating fand im Rahmen des „All you can meet“ statt, bei dem sich Selbstständige unterschiedlichster Branchen bei einem netten Essen Gang für Gang weiter vernetzen konnten.

Im Bundestag war ich auch nicht nur als Tourist: Beim „Know-how-Transfer“ durfte ich eine Woche lang einen Abgeordneten in seinem Berufsalltag begleiten. Das Bergische Land habe ich mir bei einer Bundeskonferenz angeschaut, bei der ich neben Schulungen und Firmenbesichtigungen auch Partys mit Gleichgesinnten aus ganz Deutschland besuchte.

Wenn ich Ihnen, liebe Leser:innen, Lust auf mehr machen konnte, dann schauen Sie sich doch mal auf unserer Website www.wj-mr.de um – oder schreiben Sie eine Mail an mitglieder@wj-mr.de.



GRÜNDUNGEN HOPP, DIGITALISIERUNG TOPP

Der dritte Gründungsreport der 16 IHKs in Nordrhein-Westfalen zeigt: Die Zahl der Gründungen ging 2020 massiv zurück. Das hat auch mit Corona zu tun. Zugleich nutzten viele Gründer:innen die Gelegenheit, verstärkt zu digitalisieren und Geschäftsmodelle anzupassen.

2016 gingen noch knapp 65.000 Unternehmer:innen in NRW neu an den Start, 2019 schon nur noch knapp 59.000. 2020 reduzierte sich die Zahl dann erheblich.

„Dieser jüngste, fast 15-prozentige Rückgang zieht sich durch nahezu alle Branchen und lässt sich vor allem durch die Corona-Pandemie erklären“, sagt Ralf Stoffels, Präsident IHK NRW – Die Industrie- und Handelskammern in Nordrhein-Westfalen e.V. „Diese beeinflusst seit März 2020 massiv das Wirtschaftsleben und macht mit ihren Herausforderungen auch vor den Gründer:innen nicht halt.“

Neben den nackten sinkenden Zahlen stechen aber auch positive Entwicklungen hervor: Zwei von drei Gründerinnen und Gründern haben mehr digitalisiert

– die mit Abstand häufigste Nennung. Je rund ein Drittel entschied sich für andere oder zusätzliche Produkte oder Dienstleistungen sowie andere oder zusätzliche Vertriebswege.



Dies sind einige der vielen Ergebnisse aus der jüngsten Umfrage der 16 NRW-IHKs bei Nachwuchsunternehmer:innen, die 2020 den Sprung in die Selbstständigkeit gewagt haben. Zusammengefasst sind sie im Gründungsreport NRW 2021, den die IHKs nun nach 2017 und 2019 zum dritten Mal vorgelegt haben.

Corona: schneller, flexibler, digitaler

Wie die Sonderauswertung „Gründen in Corona-Zeiten“ des Gründungsreports NRW zeigt, hat die Pandemie das Gründungsgeschehen deutlich beeinflusst. Zwar gaben 63 Prozent der Befragten an, die Pandemie habe keinen Einfluss auf ihr Gründungsvorhaben gehabt. Diese Aussage relativiert sich jedoch durch die weiteren Antworten. Zwei von fünf Gründer:innen nämlich haben ihre Geschäftsidee wegen Corona schneller umgesetzt als ursprünglich geplant, während die übrigen knapp 60 Prozent teils einige Monate länger benötigten als vorgesehen. Eine weitere Folge von Corona: Viele konnten ihre ursprünglichen Entwick-

lungs- und Umsatzziele nur teilweise oder gar nicht erreichen. Als größte Herausforderungen nannten die Befragten eine geringere Auslastung oder Kundenfrequenz, fehlende Reismöglichkeiten, Schließungen oder Teilschließungen sowie höhere Kosten.



Alles tun für mehr Gründungen

Den IHKs bereiten die zurückgehenden Gründungszahlen Sorgen. „Die NRW-Politik sollte sich damit dringend auseinandersetzen“, fordert IHK-NRW-Präsident Ralf Stoffels. Aus dem aktuellen Gründungsreport leiten die NRW-IHKs einige klare Handlungsempfehlungen ab. So sollten nebenberufliche Gründungen stärker gefördert werden, denn sie bieten oft eine Chance zum Einstieg in die Selbstständigkeit, während viele vor einer Vollerwerbsgründung zögern. Zudem müsse Wirtschaft zum Schulfach werden, um unternehmerisches Denken schon früh zu verankern und positiv zu besetzen. „Gründungen sorgen für Innovationen“, betont Stoffels. „Alles, was hilft, dass wieder mehr Unternehmen gegründet werden, ist gut für den Wirtschaftsstandort NRW!“



Hier geht's zum NRW-Gründungsreport 2021
wir.netzn.de/startupreport

WEIT MEHR ALS EINE „SCHNAPS- IDEE“

Martin und Timo verbindet seit über 25 Jahren eine enge Freundschaft, die Liebe zur Region und ihre Leidenschaft für „geile Drinks und gutes Essen“. Mit 16 Jahren cruisten sie mit der Vespa durch die City, später folgten Kneipentouren und lange Partynächte im Bermuda3Eck. Heute sind die beiden Nachbarn und Familienväter – und Gründer.

Einen „angestaubten“ Kräuterlikör sexy und zeitgemäß zu machen, das war die Schnapsidee, aus der nach ein paar Gläschen im Februar 2018 schnell viel mehr werden sollte. Dabei trat zumindest Martin quasi ein Familienerbe an. Der Ausgangspunkt des neuen Drinks ist 125 Jahre alt. Ein Rezept von Martins Ururgroßvater, dem Drogisten Julius Prinzenberg.

Knapp ein Jahr und zahlreiche Tastings später stand das Ergebnis abgefüllt auf dem Tisch. Aber wer aus dem Ruhrgebiet kommt, der ist



nicht gerade mit Likör sozialisiert worden. Auf die Theken der Region gehört seit jeher ein anständiges Pils. So entstand der Gedanke, mit Bier und Gin das Beste aus zwei Welten zu vereinen – und so wurde der HOPFEN GIN geboren. Viele Wochen feilten die beiden Perfektionisten an der finalen Rezeptur, und dass hier etwas Besonderes entstanden ist, davon ist auch die Familienbrauerei Moritz Fiege überzeugt, mit der „Die LiquorMacher“ zusammenarbeiten.

Die Bochumer Jungs Timo Becker & Martin Prinzenberg – zwei Gründer und Freunde, die eine Mission haben: traditionelle Spirituosen noch besser machen.

Die Produkte der LiquorMacher findet man online, im Lebensmitteleinzelhandel und im Weinfachhandel.



*Best of two worlds:
Der Hopfen-Gin.
Kombination aus Bier und Gin.*

www.liquormacher.de

 www.facebook.com/liquormacher

 www.instagram.com/liquormacher

AUF.BAU

Frisch gegründet im Mai 2021 stellt das Bochumer Start-up CENDAS die Baubranche auf den Kopf.

Jochen Schneider und Wolf Strotmann lernten sich 2018 bei einem Business Speed-Dating kennen. Gemeinsam mit Andreas Rittel bündeln die drei Gründer ihre Expertise in der Digitalisierung der Baubranche. Während der Rest der Welt im digitalen Zeitalter angekommen ist, geht es auf der Baustelle noch zu wie vor 20 Jahren – mit Papierplänen und langen Kommunikationswegen! In Workshops mit allen an der Baustellenabwicklung beteiligten Rollen – Geschäftsführer:in, Projektleiter:in, Bauleiter:in, Planer:in, Monteur:in – wurden effizient Anforderungen ausgearbeitet, die CENDAS-Software entwickelt und alle Beteiligten in umfangreich betreuten Trainings an die Nutzung herangeführt. Das Resultat ist die erste Software, die digitale Pläne, aufgabenbasiertes Arbeiten mit Soll-Zeiten, Echtzeitanpassungen, transparente Dokumentation und Status-Übersichten in sich vereint. Das ermöglicht erhebliche Zeit- und Kosteneinsparungen und Effizienzsteigerungen von mehr als 10 %.



 **CENDAS: die Lösung zur Digitalisierung der Baustellenabwicklung für TGAs**

 **CENDAS – Die Digitalisierung der Baustelle**



VON GUMMI-FRÖSCHEN UND GAMING ROOMS

Drei erfolgreiche YouTuber drehen mit Azubis coole Videos und stellen dabei ihre Ausbildungsberufe vor. Das macht nicht nur Spaß, sondern kommt auch gut an. Ein Gespräch mit den Machern von Bullshit TV.

Lagerlogistik? Da sagt kein oder keine 14-Jährige/er spontan: Das ist geil. Mechatroniker? Nicht sooooo spannend. Dass hinter diesen Ausbildungsberufen vielmehr steckt – z. B. in Stickstoff gekühlte Gummifrösche oder Gaming Rooms zum virtuellen Schweißen –, wissen die wenigsten. Doch wie informiert man heute junge Leute und begeistert sie für Ausbildungsberufe? Die IHK Mittleres Ruhrgebiet setzt dabei auf neue Wege abseits der klassischen Medien und holt die Jugendlichen da ab, wo sie eh schon unterwegs sind: In den sozialen Medien oder (wie hier) bei YouTube!

Im Mittelpunkt der YouTube-Reihe, die die IHK Mittleres Ruhrgebiet gemeinsam mit Bullshit TV umgesetzt hat, stehen die Auszubildenden selbst. Sie führen durch ihre Betriebe, mit Experimenten, Anekdoten und flotten Sprüchen – aber vor allem mit viel Spaß an ihrem Ausbildungsberuf. Und polieren dabei das Image der Ausbildungsberufe ganz schön auf. Gleichzeitig kommen auch die Ausbilder:innen zu Wort. Die Akteure der Reihe „Ausbildungen, die jeder kennt“ kommen aus der Comedy-szene und sind selbst durch YouTube „groß“ geworden. „Je jünger die Zielgruppe, desto weniger erreicht man sie über klassische Medien. Da zählen Insta, TikTok oder eben YouTube. Dort gibt es die Infos kürzer und schneller. Darum ist YouTube die perfekte Plattform für angehende Azubis“, sagt

Sebastian Meichsner von Bullshit TV. Er weiß, wovon er spricht. Schließlich erreicht er mit seinem YouTube-Kanal 1,8 Mio. Abonnierende. Bisher haben er und sein Team zusammen mit den Azubis sechs Berufe vorgestellt. Sechs weitere Folgen werden aktuell produziert. Das Konzept geht auf

Die Idee dahinter

Die Suche nach Azubis wird immer schwieriger. Vor allem in Corona-Zeiten. Mit der YouTube-Reihe „Ausbildungen, die jeder kennt“ geht die IHK Mittleres Ruhrgebiet neue Wege. „Um jungen Menschen wirklich einen echten Einblick in den Ausbildungsalltag geben zu können, haben wir diese Videoreihe konzipiert. Abseits der ‚normalen‘ Ausbildungsvideos, die niemanden mehr so recht erreichen. Information darf eben auch Spaß machen.“

Yvonne Fischer,
bei der IHK Mittleres Ruhrgebiet
verantwortlich für dieses Projekt

Denn plötzlich bekommt ein Video zum Thema Fachkräfte für Logistik 514 Likes und Kommentare wie „Wie cool ist das denn?!“ oder „Mega, mehr davon!“ und der Azubi wird als „megasympathisch“ gefeiert. Oder das Video mit Jonah, angehender Automobilkaufmann, kommt auf 25.000 Views. Kein Wunder also, dass auch die Unternehmen begeistert reagieren und

einige von ihnen unbedingt auch mal vorgestellt werden wollen. „Die Firmen fanden das toll. Wir haben sehr viel positives Feedback bekommen. Viele wollten, dass wir auch mal zum Dreh bei ihnen vorbeikommen“, sagt Sebastian Meichsner. Das liegt sicherlich auch daran, dass die Videos einerseits wichtige Informationen liefern und andererseits auch unterhalten. „Wir haben das immer mit einem Augenzwinkern gemacht, aber nie jemanden dabei auf die Schippe genommen“, sagt Meichsner.

Es sei eben nicht darum gegangen, „nur trocken über den Beruf zu berichten“. „Darum bauen wir immer lustige Sprüche und Elemente ein“, so Meichsner. Die Drehs mit den Auszubildenden haben ihm und seinem Team viel Spaß gemacht, waren aber mehr „Arbeit“, als es auf den ersten Blick scheint: Erst wurde gefragt, wer Lust hat, mitzumachen. Dann gab es ein langes Vorgespräch mit Ausbildungsleitung und Azubi und schließlich kam der Dreh mit drei bis vier Stunden vor Ort.

„Einige Azubis hatten auch schon erste Erfahrungen mit eigenen Videos“, berichtet Meichsner. „Alle waren mit Begeisterung dabei.“ Und wenn es doch mal Anlaufschwierigkeiten gab, sorgte das Comedy-Trio für entspannte Stimmung. „Wir haben dann immer versucht, aufzulockern. Nach dem Motto: Stell dir vor, wir sind drei Freunde und du führst uns durch deinen Arbeitstag.“



Komplette Playlist von „Ausbildungen, die jeder kennt“: wir.netzn.de/bullshit



Bullshit TV

Hinter Bullshit TV steht ein Comedy-Trio: Die Brüder C-Bas (Sebastian Meichsner) und Phil (Philipp Meichsner) sowie Chris (Christos Manazidis). Die drei kommen aus Hattingen und Bochum. Das Trio veröffentlicht seit 2010 Videos auf dem gleichnamigen YouTube-Kanal mit 1,8 Mio Abonnierende. Aus dem YouTube-Kanal gründeten die drei die ALL DAY Entertainment GmbH, die sich auf Firmenporträts für YouTube spezialisiert hat. „Der Bedarf wird stetig steigen“, sagt Sebastian Meichsner. „Da sehen wir unsere Ausrichtung in der Zukunft.“



2. Staffel
Jetzt online!

Jetzt online:
die 2. Staffel von
„Ausbildungen,
die jeder kennt“

— Streifzug durch ...

HERNE-WANNE

Kennen Sie eigentlich unseren IHK-Bezirk? Wir wollen Sie ab sofort in jeder Ausgabe der WIR mitnehmen – auf einen Streifzug durch Quartiere, Stadtteile und -bezirke im Mittleren Ruhrgebiet. Wir möchten Ihnen damit einen kleinen Einblick in Viertel und vor allem in Unternehmen geben, die Sie vielleicht noch nicht kennen und die Sie neugierig machen auf das, was so nah liegt ...

Vor ein paar Jahren hat Anja Graf den Busführerschein gemacht – gut für uns, denn so können wir mit der Prokuristin der Anton Graf GmbH (besser bekannt als Graf's Reisen) über das rund 20.000 m² große Betriebsgelände an der Edmund-Weber-Straße fahren. Wir sehen riesige Hallen für die über 100 Reisebusse und die Möbeltransporter der Spedition, die eigene Werkstatt, die öffentliche Kfz-Werkstatt – und natürlich einige der insgesamt 250 Mitarbeiter:innen des Unternehmens.

Seit der Gründung 1928 durch Anton Graf ist das Unternehmen sukzessive gewachsen (weitere 10.000 m² Fläche benötigen Reiseveranstaltung und Spedition, die an der Herner Straße sitzen), war immer in Familienhand. „Meine Herner Großmutter“, sagt Anja Graf lachend, „war die treibende Kraft bei der Unternehmensgründung: Mein Großvater war unter Tage tätig, sie selbstständig im Einzelhandel. Also hat sie irgendwann bestimmt, dass er die Lebensmittel ausfährt – und so kam der Betrieb ins Rollen“. Frauen als treibende Kraft auch heute: Anja Graf gehört zur dritten Generation und sitzt (gemeinsam mit ihrer Cousine) in der Geschäftsführung des Unternehmens. „In einem Familienunternehmen“, so Graf, „gibt es offene Türen, Entscheidungen werden in der Regel schnell gefällt – man muss mit Herzblut dabei sein. Das ist wichtig – für uns und für die Mitarbeiter:innen.“

Die Corona-Pandemie war natürlich insbesondere für die Reisebranche ein herber Schlag – auch Graf's Reisen, eines der größten privaten Busunternehmen Deutschlands, hat diesen zu spüren bekommen: Fahrverbote und stillgelegte Busse, Busfahrer:innen in der „Zwangspause“, Corona-Auflagen. „Langsam“, so Anja Graf, „läuft die Bustouristik wieder an, vor allem im Inland, der Auslandsverkehr darf gerne noch zunehmen.“



**„Wir haben hier alles!“
Anja Graf, Prokuristin
der Anton Graf GmbH,
lebt und arbeitet
gerne in Wanne**

Das Unternehmen erfüllt (auch mithilfe von den fünf eigenen Reisebüros im Ruhrgebiet) „weltweite Reiseträume“. Hatten Sie selbst noch nie den Wunsch, aus Wanne in die weite Welt zu ziehen, Frau Graf? „Zum Studieren war ich weg – und danach bin ich gerne wieder zurückgekommen“, antwortet Anja Graf schmunzelnd, „wir sind mit der Stadt verwurzelt, wir haben hier alles. Irgendwie ist es entspannter als in anderen Regionen.“

Wir streifen weiter durch Wanne und besuchen Jens Rohlfing, Inhaber des Weinhauses Wanne. 2010 mitten in der Wanner Innenstadt eröffnet finden wir seinen Laden jetzt am Eickeler Bruch. „2019 sind wir umgezogen – hier ist einfach mehr Platz, die Logistik passt“, so Rohlfing. Und Platz braucht er für die mehr als 300 Weine und über 100 Spirituosen, Craftbiere und die Feinkost. Viele Wanner und Herner Spezialitäten sind darunter, wie z. B. die Liköre der Alten Drogerie Meinken oder Hülsmann-Biere. Regelmäßige Veranstaltungen wie Weinproben und Tastings runden das Angebot ab.

Die große Fahrzeugabstellhalle bei Graf's Reisen: Die Reisebusse sind endlich wieder unterwegs!



„Für eine attraktive Innenstadt müssen wir alle gemeinsam handeln“, findet Jens Rohlfing, der sein Weinhaus und die Wanner Innenstadt managt.



Über sein originäres Geschäft hinaus engagiert sich Rohlfing seit Jahren für den Standort Wanne: Zunächst war er etliche Jahre 2. Vorsitzender der örtlichen Werbegemeinschaft Wanne-Mitte, seit 2019 ist er der offizielle Quartiersmanager für die Wanner Innenstadt. Einen solchen hatten Wanner Bürger:innen und Gewerbetreibende seit Langem gefordert, das (Förder-)Projekt wanne.2020plus hat es möglich gemacht. Rohlfing ist jetzt Ansprechpartner für Events, Projekte und Initiativen in Wanne – hat dafür aber natürlich nur ein gewisses Zeitkontingent zur Verfügung. „Die Wanner Innenstadt wird häufig zu negativ gesehen – auch von den Wanner Bürgerinnen und Bürgern selbst“, so Rohlfing, „mir ist daran gelegen, das zu ändern. Für eine attraktive Innenstadt müssen wir alle gemeinsam handeln.“

In der Tat scheint das Zentrum von Wanne ein Ort der Gegensätze: reich verzierte Fassaden, viel Original-Architektur des Späthistorismus, des Jugendstils und der Neuen Sachlichkeit (im Ruhrgebiet eher außergewöhnlich) – und im Kontrast dazu eine Anzahl minder genutzter oder eher lieblos gestal-

teter Ladenlokale. „Wir arbeiten daran“, so der Quartiersmanager. „Durch aktives Leerstandsmanagement gibt es zurzeit so gut wie keine Leerstände in der zentralen Lage, wir möchten zudem – gemeinsam mit der Stadt – die Verkehrsführung für alle Verkehrsträger:innen optimieren. Kurz: Wir bemühen uns, Wanne für Bürger:innen, aber auch für einfallsreiche und kreative Unternehmer:innen so attraktiv wie möglich zu entwickeln.“

Von einem Nischenthema zu einem Standortfaktor scheint sich (gerade im Zusammenhang mit Neugründungen in Wanne-Mitte) die sog. migrantische oder ethnische Ökonomie zu entwickeln – Unternehmen also, die von Selbstständigen mit Migrationshintergrund geführt werden. Das ist kein „Wanner Phänomen“, sondern seit Ende der 1990er-Jahre im gesamten Bundesgebiet spürbar: Jede fünfte unternehmerisch tätige Person (20 %) hat heute einen Migrationshintergrund. In der Wanner Fußgängerzone finden sich etliche Beispiele – von denen wir zwei besucht haben: das Royal Taste auf der



Köstlichkeiten aus der Levante: Mahamad Mamo berät gerne



www.grafs-reisen.de
www.weinhaus-wanne.de
www.freiraumluxus.de
www.metzgereialican.de
www.diecurrywurst.com
www.wanne2020plus.de



Innen und außen äußerst sehenswert – Fleischerei Alican

Hauptstraße, ein frisch eröffnetes syrisches Café, in dem es herrlich nach Kardamom und Mokka duftet, Süßspeisen und Nüsse aller Art werden verkauft. Inhaber Sabri Mamo und sein Bruder Mahamad planen in Kürze, das hübsche Ladenlokal um eine Außengastronomie zu erweitern.

Bereits seit 2005 in Wanne ist Engin Kartal (der bei unserem Besuch leider nicht da war) mit seiner Fleischerei Alican, ebenfalls an der Hauptstraße gelegen. 2020 wurde diese umgebaut und erweitert. Auf nunmehr rd. 250 m² finden Fleisch-Aficionados im modernen Verkaufsraum alles, was das Herz begehrt – bis hin zu Dry Aged Beef im eigenen Schrank. Die Kund:innen sind begeistert!

Das Stadtmarketing Herne nennt Wanne den „Metropolenkiez“ und schreibt: Der Begriff passe deshalb, weil Wanne „gleichzeitig Teil eines großen Ganzen“ sei und doch „eine Insel mit eigener Identität und einem besonderen Zusammengehörigkeitsgefühl“.

Zum „Kiezgefühl“ gehören natürlich auch die Kultur, die Kreativen – und die müssen in Wanne nur dem Schriftzug „Hallenbad“ (gerettet nach der Hallenbadschließung in Wanne-Süd) in der Heinestraße folgen. Seit 2017 steht dieses – ehemals leer stehende – Ladenlokal als Teil des Kreativquartiers Wanne Künstler:innen und Kreativen als Showroom, Experimentierraum, Treffpunkt und Basis für Projekte kostenlos zur Verfügung. Neue Kooperationen werden erprobt, gemeinsam neue Produkte für den Markt entwickelt. Professionell unterstützt werden die Kreativen von Projektmanagerin Stefanie Thomczyk (mit ihrem „Brotjob“, ihrer Full-Service-Agentur Go Between ebenfalls ansässig in Wanne) und ihrem Netzwerk. „Wir sind seit Gründung durchgehend belegt – auch während der Pandemie. Kreative aus dem nahen Ruhrgebiet, aber auch vom Rhein schätzen unser Angebot – genauso wie unsere Besucher:innen aus 25 Städten“, freut sich Thomczyk. Der Standort – eine heimelige Seitenstraße mit einem hübschen Café – ist ideal, die „Alteingesessenen“ freuen sich über die Belebung. Das „Hallenbad“ fügt sich ein in eine lebendige Kreativszene: Galerien, die Kirche als Kreativraum, natürlich den Mond-



Impulse für die kreative Belebung des Quartiers: Projektmanagerin Stefanie Thomczyk und Praktikantin Isabelle Blum



palast und – etwas weiter entfernt von der Innenstadt – die Künstlerzeche Unser Fritz 2/3. „Hier ist Leben in der Bude! In Wanne!“, sagt Thomczyk und lacht, „uns ist daran gelegen, das auch nach außen zu transportieren und Wanne mit Kreativität zu fluten!“

Von unserem Streifzug sind wir hungrig geworden, also nichts wie hin zum Imbiss ‚Die Currywurst‘ in der Heidstraße. Seit 46 Jahren verheiratet, seit 27 Jahren gemeinsam für das Familienunternehmen (Sohn Daniel „mischt“ ebenfalls mit): Gerd und Gaby Herzog. Der gelernte Textileinzelhändler Gerd (irgendwann war er mal Abteilungsleiter in einem großen Bochumer Modehaus ...) wollte irgendwann keine Hosen mehr verkaufen. Da passte es, dass der Mietvertrag des Imbisses in Gabys Elternhaus auslief – und Gerd Herzog sich dachte: „Was der kann, das kann ich auch!“, und ‚Die Currywurst‘ eröffnete. „So einfach, wie ich mir das vorgestellt hatte, war das nicht“, meint Herzog grinsend. Vor rund 15 Jahren kam er dann auf eine gute Idee: Die schärfste Currywurst der Welt sollte es sein! Die Idee schlug ein wie eine Bombe. Dank fachkundiger Beratung findet seitdem jede:r hier die individuelle Schärfe: Von ca. 10.000 bis zu maximalen 16 Mio. Scoville. Natürlich nicht nur scharf, sondern auch lecker. Aufmerksamkeit ist seitdem garantiert. „Durch rund 60 Fernseh- und Zeitungsgeschichten fahren die Menschen jetzt über Wanne einen Umweg, um nach Hamburg oder München zu kommen“, sagt der Scoville-Experte und lacht. Nach einem Auftritt im niederländischen Fernsehen standen sogar Reisebusse aus dem Nachbarland vor der Tür. „Wir freuen uns über die vielen Gäste von auswärts – verkaufen aber auch an Herne“, beteuert der überzeugte Wanner grinsend.



„Der Scharfmacher“ vor seinem Wohn- und Geschäftshaus: Gerd Herzog vom Imbiss ‚Die Currywurst‘



Noch mehr Fotos zu unserem Streifzug gibt es hier: wir.netzn.de/streifzug

Hi! Ich fliege schon mal voraus ...

Das war sie nun, die neue WIR. Und? Wiedererkannt? Vieles hat sich verändert, nicht nur bei unserem Magazin. Vielleicht haben einige heimlich gehofft, dass die IHK nach der Re-Orga und allen damit einhergallopiierenden Neuerungen mal etwas gemächlicher im Trab weitermacht. Aber im Schneckentempo überholt es sich schlecht und so macht die IHK entschlossen weiter. Podcasts ersetzen Newsletter, Wahlstimmen werden nicht mehr nur per Post abgegeben – stattdessen besucht man unser virtuelles Wahlportal. Es wird gebullshittet, gegendert und – auch visuell – eine ganz neue Identität geschaffen. Mit mir als Markenbotschafter und Symbol für die neue Agilität und Zukunftsvision der IHK Mittleres Ruhrgebiet. Finden das alle gut? Nein. Ist das alles perfekt? Vielleicht nicht. Ergibt das alles Sinn? Ganz sicher!

Wandel geht nicht ohne Widerstand. Alles Neue braucht Mut. Mut, auszuprobieren. Und zu lernen. Das Risiko beschränkt sich meist darauf, Fehler zu machen oder einen auf den Deckel zu kriegen. Das müssen wir wagen.

Das Schlimmste an Veränderungen? Sie sind anstrengend. Und sie ziehen sich manchmal wie Kaugummi. Bis sich die neue Zone komfortabel anfühlt, dauert es – und bis dahin ist es erst mal einfach nur unbequem. Die letzten 18 Monate haben fast alle Lebensbereiche in vorher unvorstellbarer Weise verändert. Manch einer fühlte sich zunächst, als würde der Ringrichter einfach nicht abpfeifen, obwohl man doch schon k. o. am Boden liegt. Aber viele Menschen haben sich auch in der neuen Zone eingerichtet, sich angepasst und Dinge gewagt, die sie vorher als Spinnerei abgetan hätten. Nach Angst und Mutlosigkeit kamen Hoffnung und Vorstellungsvermögen. Die Zukunft wird zeigen, dass vieles davon bleibt. Das Selbstvertrauen, auf Veränderungen zu reagieren, oder der Mut, aktiv Dinge anzupacken. Wenn ohnehin nicht alles kalkulierbar ist, dann lohnt es sich auch, seine eigene Rechnung aufzumachen.

Der optische Wandel der IHK Mittleres Ruhrgebiet hat mit mir vieles gemein: Im Vergleich zu den großen Veränderungen unserer Zeit sind wir sehr klein. Aber trotzdem wichtig. Denn Veränderung muss sichtbar sein, um andere anzustecken. Und manche Veränderung dreht Altbekanntes im wahrsten Sinne des Wortes auf links. Und so rücken die drei bekannten Buchstaben auf Blau von ihrem abgestammten Platz ab und schaffen Raum für meine Abflugrampe. Von hier starte ich und schaue mir auf voller Flughöhe an, was in der Welt passiert und was für die Wirtschaft im Mittleren Ruhrgebiet wichtig ist bei den spannenden Aufgaben unserer Zeit. Und irgendwann können Sie es sich ohne mich gar nicht mehr vorstellen – wetten?



Impressum

Herausgeber

IHK Mittleres Ruhrgebiet
Ostring 30-32, 44787 Bochum
Tel.: 0234 9113-0 | Fax 0234 9113-110
E-Mail: ihk@netzn.ihk.de
www.netzn.de

Hauptgeschäftsführer

Eric Weik

Präsident

Wilfried Neuhaus-Galladé



Redaktion

Verantwortlich für die Inhalte ist – wenn nicht anders gekennzeichnet – das Redaktionsteam der IHK Mittleres Ruhrgebiet sowie die Agentur FranzFlorian. Die Redakteur:innen der IHK Mittleres Ruhrgebiet sind zu erreichen unter: wir@netzn.ihk.de

Agentur

FranzFlorian GmbH
Schanzenstraße 23c, 51063 Köln

Kreativdirektion

Melanie Polack (FranzFlorian GmbH)

Verlag, Herstellung und Vertrieb

Schürmann + Klagges GmbH & Co. KG
Industriestraße 34, 44894 Bochum
sk@skala.de

Die WIR erscheint vierteljährlich mit einer Druckauflage von 13.500 Exemplaren. Der Bezugspreis ist für beitragspflichtige Mitgliedsunternehmen im Mitgliedsbeitrag enthalten. Für andere Bezieher:innen beträgt der Bezugspreis von vier Ausgaben im Jahresabonnement 9,80 € inklusive gesetzlicher Mehrwertsteuer. Mit Namen gezeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Auffassung der IHK Mittleres Ruhrgebiet wieder. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Quellenangabe und Genehmigung des Herausgebers. Für den Nachdruck signierter Beiträge ist die Genehmigung des/der Verfasser:in erforderlich.

Druck auf umweltzertifiziertem Papier (FSC Mix).

Bildnachweis

Titelbild shutterstock, S. 3 Wilfried Neuhaus-Galladé (privat), S. 4 o. shutterstock, S. 4 u. SETLOG, S. 5 Fraunhofer IEG, S. 5 m. Bullshit TV, S. 5 u. Wim Woeber, S. 7 shutterstock, S. 9 shutterstock, S. 10 Wim Woeber, S. 11 Luke Nettelstroth (privat), S. 12, 13 Kelvion (privat), S. 14 mit Dank an die Azubis von AKAFÖ, BRR, e-systems, eku Kabel & Systeme, HEITKAMP Erd- und Straßenbau GmbH, HWH GmbH & Co. KG, Nagel-Group, OCS Service GmbH, S. 16, 17 (große Abb.) Volker Wiciok, S. 18. Frank Rehme und Stefan Müller-Schleipen, S. 19 o. shutterstock, S. 19 u. FashionBox Mönchengladbach, S. 20 Dr. Beate-von-Miquel (privat), S. 21 Prof. Walter Krämer (privat), S. 22 Stadt Bochum, S. 23 Denes Küçük (privat), S. 25 o. li. pickshare, S. 25 o. re. Björn Paulus (privat), S. 25 o. m. Christina Wiciok (privat), o. u. IHK Mittleres Ruhrgebiet, S. 27 Illustrationen von Christoph Illigens, S. 27 o. Prof. Dr. Michael Roos (privat), S. 29 Stadt Bochum, S. 31, 33 shutterstock, S. 34-37 SETLOG, S. 38-41 Fraunhofer IEG, S. 42 Friedr. Lohmann GmbH, S. 43 J. D. Neuhaus (privat), S. 44 shutterstock, S. 45 o. und u. VfIL Bochum 1848, S. 46 Andrea Kehry-Rudolph (privat), S. 47 Ruhr-Universität Bochum, S. 50 ControlExpert GmbH, 2020, S. 52 Dennis Wilson (privat), S. 53 o. Jonas Vieting (privat), re. (illu) shutterstock, S. 55 o. und m. LiquorMacher, S. 57 Bullshit TV, S. 58 ff. Wim Woeber.



www.netzn.de



[www.facebook.com
/IHKMittleresRuhrgebiet](https://www.facebook.com/IHKMittleresRuhrgebiet)



[www.youtube.com
/IHKMittleresRuhrgebiet](https://www.youtube.com/IHKMittleresRuhrgebiet)



[www.xing.com/companies
/ihkmittleresruhrgebiet](https://www.xing.com/companies/ihkmittleresruhrgebiet)



[@ihk_bochum](https://twitter.com/ihk_bochum)



[@ihk_mittleres_ruhrgebiet](https://www.instagram.com/ihk_mittleres_ruhrgebiet)

IHRE STIMME ZÄHLT!

Das Parlament der Wirtschaft, Ihre Vollversammlung, wird neu gewählt:

Die Vollversammlung bestimmt maßgeblich den Kurs der Wirtschaft im Mittleren Ruhrgebiet. Bestimmen Sie mit und geben Sie Ihre Stimme ab. Ab dem 20. Oktober stellen sich alle Kandidat:innen auf www.ihkwahl21.de vor, die Sie vom 5. November bis zum 8. Dezember wählen können. Hier erhalten Sie auch zahlreiche weitere Informationen - vom Ablauf der Wahl über die Sitzverteilung der Vollversammlung bis hin zu unseren Wahlbotschafter-Videos.

Sollten Sie Fragen zur Wahl haben, stehen wir Ihnen gern zur Seite:
wahl@netzn.ihk.de.

Wirtschaft wählt

ZUKUNFT

www.ihkwahl21.de

