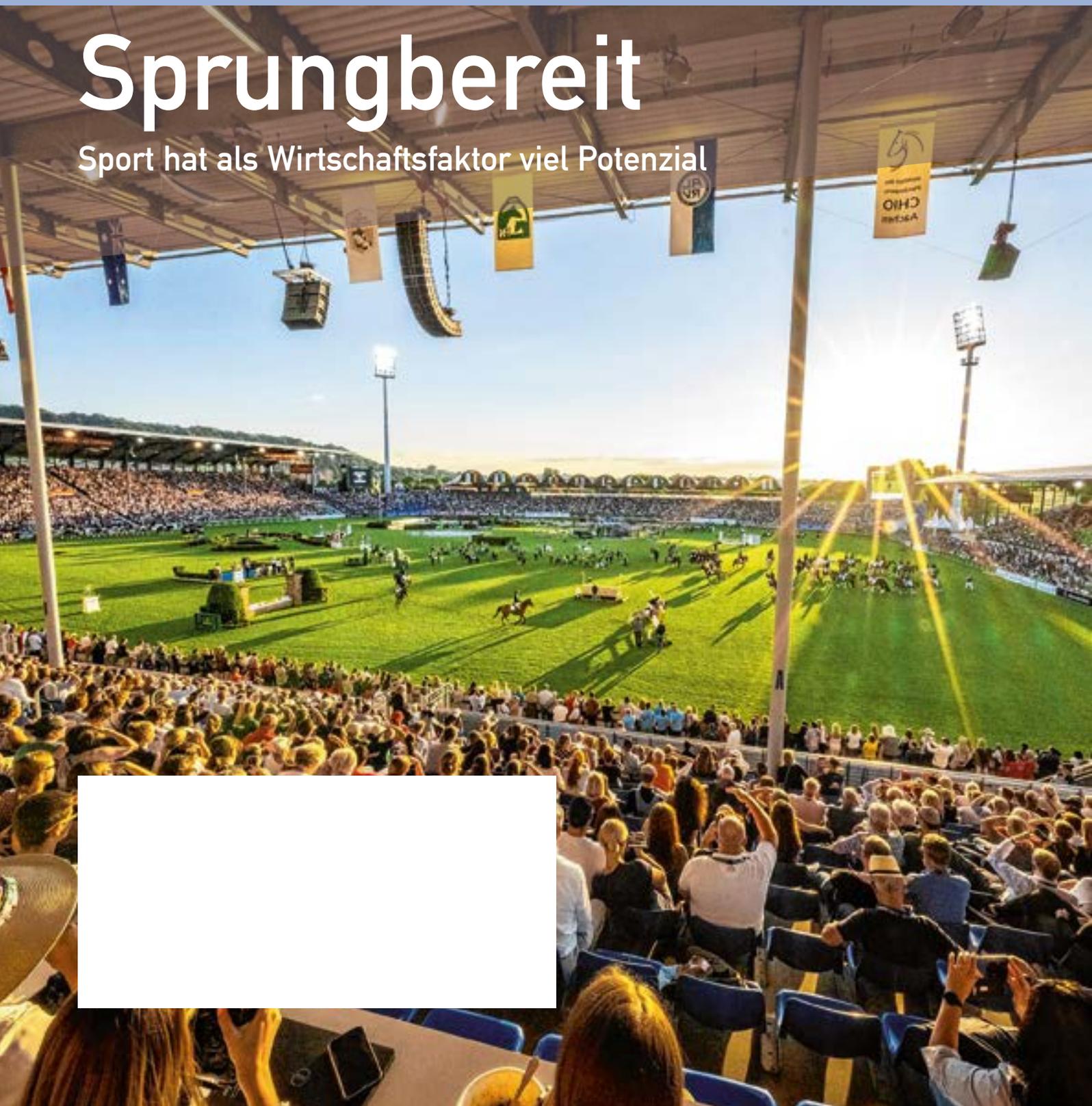


Sprungbereit

Sport hat als Wirtschaftsfaktor viel Potenzial



06

Juni 2024

www.ihk.de/aachen

Besser qualifizieren
Wie Fachkräfte sich
weiterentwickeln können

» Seite 15

Besser ausstellen
Wie man bei der EXPO
REAL präsent sein kann

» Seite 51

Besser kommunizieren
Wie Worte wirksam
werden

» Seite 64



IHK- BAUSTELLEN- PORTAL

FRÜHZEITIG ORIENTIEREN.
SCHNELLE HILFE FINDEN.

**Gut, dass wir
gewarnt werden ...**

**... da schau' ich
gleich mal rein!**



**Frühzeitige und schnelle Informationen
zu Baustellen in Ihrer Region**



**Reduzierung von Kunden-
und Umsatzverlusten**



Hilfreiche Tipps und Tricks



**Einfacher und schneller
Kontakt zu Ansprechpartnern**

Mehr erfahren: [ihk-baustellen-portal.de](https://www.ihk-baustellen-portal.de)



Herausforderungen mit Sport und Fitness meistern

Wirtschaft und Sport haben viel gemeinsam: Wir befinden uns im ständigen Wettbewerb und nur durch konsequente Leistung können wir Herausforderungen meistern und Erfolge erzielen. Somit spielt Sport nicht nur für Freizeit und Gesundheit eine Rolle, sondern Sport ist ein Wirtschaftsfaktor. Sport-Events schaffen und sichern Arbeitsplätze und sind ein wichtiger Standortfaktor. Zuschauer und Gäste verbinden ihren Aufenthalt mit dem Besuch im Einzelhandel, in Restaurants oder Hotelübernachtungen. Durch Sport-Events gewinnen Standorte an Attraktivität und dies führt zu Investitionen.



Foto: IHK Aachen

Gerade in diesem Sommer stehen die Zeichen auf Sport: In Nordrhein-Westfalen, in der Region und in Aachen. Noch im Juni startet die Fußball-EM in Deutschland. 40 Prozent aller Spiele finden an den vier Spielstandorten in NRW (Köln, Düsseldorf, Gelsenkirchen und Dortmund) statt. Hunderttausende Fans aus ganz Europa kommen nach NRW. Das ist eine große Chance, nicht nur für die „Host-City“, sondern auch für unsere Region. Denn Gäste kombinieren ihren Aufenthalt in Düsseldorf oder Köln mit Ausflügen in die Eifel, ins Indeland, ins Heinsberger Land oder in die Kaiserstadt. Zudem schauen viele die Spiele gemeinsam, nicht nur im heimischen Garten, sondern in Biergärten, in Restaurants oder beim Public Viewing.

In Aachen zählt der CHIO – das internationale Weltfest des Pferdesports – als größte Sportveranstaltung der Bundesrepublik zu den jährlichen Highlights. In diesem Jahr sind die USA

Stefanie Peters,
Vizepräsidentin der Industrie- und Handelskammer Aachen

Partnerland des Turniers. Das passt hervorragend zu 340 Jahren gemeinsamer Geschichte und Zusammenarbeit der Vereinigten Staaten mit Nordrhein-Westfalen. 2026 wird zudem die „Pferdesport-Weltmeisterschaft“ nach 20 Jahren nach Aachen zurückkehren. Die WM bietet mehr Disziplinen, sie geht über einen längeren Zeitraum und es werden mehr Zuschauer erwartet als beim CHIO. Ein toller Effekt für den Einzelhandel, für Dienstleister und für das Gastgewerbe sowie ein exzellentes Marketing für die Region.

Bis zur Pferdesport-WM leider nicht abgeschlossen, aber von der Politik einstimmig beschlossen ist die Umsetzung des Masterplans für den Sportpark Soers, der neben den neuen Flächen und Nutzungen für den ALRV auch für Alemannia Aachen und die Volleyballerinnen „Ladies in Black“ von großer Bedeutung ist. Die Alemannia hat in dieser Spielzeit hervorragende Werbung für sich selbst und den Standort gemacht. Auf dem Weg zum Aufstieg in die dritte Liga hatte die Alemannia einen höheren Zuschauerschnitt als mancher Bundesligist. Und die „Ladies in Black“ haben durch den Masterplan endlich die Perspektive für eine moderne Heimspielstätte. Die Unterstützung des Sportpark Soers mit bis zu 40 Millionen Euro aus Strukturförderungsmitteln für das Rheinische Revier ist ein eindeutiges Signal, dass Sport mehr ist als nur ein weicher Standortfaktor. Um künftig Innenstädte zu beleben und Leerstände effizient zu nutzen, lohnt es sich auch, über mehr Sportangebote nachzudenken. Angebote wie Kletterhallen, Fitnessbereiche, Familienangebote oder Events – wie das Aachener Dom-Springen – schaffen Frequenz und Belebung.

Lassen Sie uns wie im Sport die Herausforderungen unserer Region mit Leistung und Durchhaltevermögen meistern und Menschen zusammenbringen!

TITELTHEMA • AUF DIE PLÄTZE: WIRTSCHAFTSFAKTOR SPORT



Foto: pavel1964 - stock.adobe.com

Ganz schön fit!

Sport ist nicht nur eine Freizeitbeschäftigung, sondern auch ein bedeutender Wirtschaftsfaktor und ein attraktiver Image-Träger. Die Region Aachen punktet dabei besonders mit Sport-Events wie dem CHIO und gerade in neuester Zeit mit dem Erfolg der Alemannia.

Der Concours Hippique International Officiel – besser bekannt als der CHIO – in Aachen ist eines der renommiertesten Reitturniere der Welt. Es zieht nicht nur Zuschauer an, sondern generiert auch Einnahmen durch Ticketverkäufe, Sponsoring und Tourismus.

Der Fußballverein Alemannia Aachen trägt nicht nur zur lokalen Identität bei, sondern auch zur Wirtschaft. Heimspiele locken Fans in die Stadt, die wiederum Geld in Restaurants, Hotels und Geschäften ausgeben. Sportbegeisterte benötigen Ausrüstung wie Sportbekleidung, Schuhe, Fahrräder, Bälle und Fitnessgeräte. Lokale Sportgeschäfte profitieren davon und schaffen Arbeitsplätze. Der Verkauf von Sportartikeln trägt zur regionalen Wertschöpfung bei und stärkt die Wirtschaft. Sportvereine, Sportstätten und Fitnessstudios bieten Arbeitsplätze und fördern die Gesundheit.

Die Stadtplanung und Investitionen in Sportinfrastruktur – wie in den geplanten Sportpark Soers – haben positive Auswirkungen auf die lokale Wirtschaft. Vieles deutet also darauf hin, dass die Region fit ist für den Wirtschaftsfaktor Sport (Seite 20 bis 47).



Ich wünsche Ihnen ein sportliches Lesevergnügen!

Heike S. Horres

Die Wirtschaftlichen Nachrichten
im Internet: www.ihk.de/aachen

Foto: Arnd Bronkhorst



Foto: Heike Lachmann

Gefragt

Die Wirtschaft in der Region Aachen hat noch nicht aus der Konjunkturlaute herausgefunden. Aufbruchstimmung und Erholung bleiben zum Frühjahrsbeginn aus. Das ist das Ergebnis der Konjunkturmfrage der IHK Aachen.

» Seite 10



Foto: IHK Aachen

Gezeichnet

Gemeinsam mit über 130 Unternehmen und Institutionen aus Aachen hat die IHK Aachen den Aachener Klimastadtvertrag unterschrieben. Damit unterstützt die IHK Aachen das Ziel der Stadt Aachen, bis 2030 klimaneutral zu werden.

» Seite 13



Foto: Stephan Johnen

Gefunden

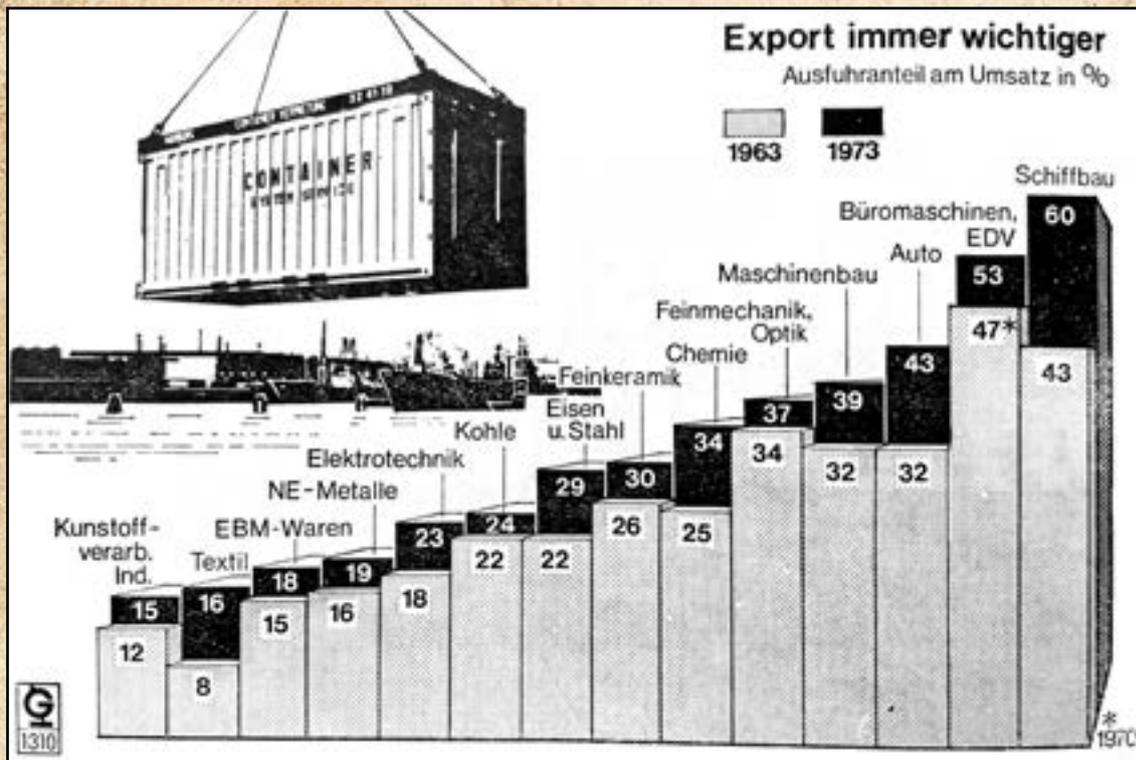
Die Idee der Vermittlungsoffensive NRW ist es, schwerpunktmäßig Geflüchtete möglichst schnell in einen Job zu vermitteln. Svitlana Kulinich aus der Ukraine hat so eine neue berufliche Perspektive erhalten. Ein Praxisbeispiel aus dem Kreis Düren.

» Seite 16



Alt... hergebracht

Das stand vor 50 Jahren in den „Wirtschaftlichen Nachrichten“



Quantität der Qualität

► Kaum hat sich der Normalbürger an das schillernde neue Schlagwort von der Lebensqualität gewöhnt, rücken die Fachleute diesem Begriff mit dem Zollstock zu Leibe. Ziel der rastlos Zählenden ist es, mit Hilfe besonderer Verfahren die Lebensqualität zu messen. In Abwandlung eines berühmten Titels von Tolstoi könnten wir danach fragen: wie viel Lebensqualität braucht der Mensch? Ließe sich das wirklich feststellen, wäre das Verhalten der Menschen uniform. Gottlob aber sind die einzelnen Bedürfnisse in einer Gesellschaft unterschiedlich. Was dem einen wünschenswert erscheint, weist der andere als für ihn völlig belanglos zurück. Dadurch schon wird eine allgemeingültige Formel für die auf einen einzelnen bezogene Quantität der Lebensqualität unmöglich.

Nicht viel erfolgreicher dürfte der Versuch sein, die amtliche Statistik mit sogenannten Sozialindikatoren anzureichern, wie es das Bundesministerium anstrebt. Auch auf gesellschaftlicher Ebene werden kaum Daten über die Lebensqualität zu vermitteln sein. So hat das Münchner Ifo-Institut eine Aussage auf die Hörner genommen, die Lebensqualität sei 1971 durch einen Rückgang der Verkaufsauflage von Zeitungen und Fernsehgenehmigungen sowie durch Zunahme von Straftaten beeinträchtigt worden, während die Zunahme der Studentenzahl und Wohnungen die Lebensqualität gesteigert hätten. Fragt sich, wie leer stehende Wohnungen und arbeitslose Jungakademiker zu bewerten sind. Nachdem schon eine stichhaltige Begriffsbestimmung der Qualität des Lebens schwerfällt, nimmt sich der Versuch, diese zu quantifizieren, erst recht als ungesicherter Hochseilakt aus.



ZAHL DES MONATS

Foto: Gordenko/stock.adobe.com



7,2

Millionen Menschen in Nordrhein-Westfalen gingen im Jahr 2022 einer sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung nach. Das sind 1,1 Millionen oder 17,9 Prozent mehr als vor zehn Jahren. Am stärksten war der Zuwachs im Münsterland und in Köln/Bonn. Das sind Ergebnisse der Regionalwirtschaftlichen Profile, die die NRW.BANK vorgestellt hat. „Unsere Regionalwirtschaftlichen Profile zeigen, dass die nordrhein-westfälische Wirtschaftsstruktur gut aufgestellt ist“, sagt Eckhard Forst, Vorstandsvorsitzender der NRW.BANK. Im Jahr 2021 investierten die nordrhein-westfälischen Unternehmen 1,4 Prozent der gesamten Bruttowertschöpfung in Forschung und Entwicklung. Zum Vergleich: 2007 lag der Wert bei 1,2 Prozent. Die Forschungsausgaben sind regional sehr ungleich verteilt. Im Bergischen Städtedreieck machten sie beispielsweise 4,5 Prozent der Wertschöpfung aus, während die Quote im Münsterland, im Ruhrgebiet und am Niederrhein jeweils bei rund 0,8 Prozent lag. Unterschiede zwischen den insgesamt neun Wirtschaftsregionen Nordrhein-Westfalens zeigen sich auch mit Blick aufs Wirtschaftswachstum. Die größte Dynamik war in eher ländlichen Regionen mit relativ geringem Bruttoinlandsprodukt pro Kopf festzustellen. Am stärksten fiel das Plus in der Region Aachen und in Ostwestfalen-Lippe aus mit 32,6 beziehungsweise 31,3 Prozent. In Nordrhein-Westfalen als Ganzes wuchs das Bruttoinlandsprodukt pro Kopf zwischen 2011 und 2021 um 26,0 Prozent.

Quelle: NRW.Bank

Neues Batteriegroßspeicherprojekt von Kyon Energy entsteht in Dahlem

► Das Projektentwicklungsunternehmen für Batteriegroßspeichersysteme Kyon Energy hat eine Genehmigung für ein weiteres Speicherprojekt erhalten, diesmal in Nordrhein-Westfalen: Die Speicheranlage wird in Dahlem realisiert und eine Speicherleistung von 100 Megawatt und eine Speicherkapazität von mindestens 200 Megawattstunden erbringen. Der Baubeginn der Anlage in Dahlem ist für das dritte Quartal 2025 geplant, die Inbetriebnahme soll bis Ende 2026 folgen. Für Dahlems Bürgermeister Jan Lembach ist der Batteriespeicher neben den 21 bestehenden Windenergieanlagen ein weiteres Element für die langfristige Versorgung mit erneuerbaren Energien: „Damit setzen wir Standards in der Region und NRW und haben unseren Auftrag als kleine Gemeinde bei der Energiewende bereits mehr als erfüllt.“ Batteriespeichersysteme sind ein wesentlicher Bestandteil der Energiewende: Sie nehmen überschüssige Energie aus dem Stromnetz auf und speisen sie bedarfsgerecht wieder in das System ein. So wird auch der Speicher in Dahlem nach Realisierung einen entscheidenden Beitrag zur Stabilisierung und Flexibilisierung des lokalen Stromnetzes leisten und die Einspeisung von Strom aus erneuerbaren Energien fördern.



Foto: Gemeinde Dahlem

Das neue Batteriegroßspeicherprojekt in Dahlem bringt 100 Megawatt Speicherleistung und 200 Megawattstunden Speicherkapazität für das deutsche Stromnetz. Die Realisierung ist bis Ende 2026 geplant.

Spätschicht in der Werkbank: Google-Experte Guido Pelzer erklärt die Trends im Onlinemarketing

► Der Heinsberger Coworking-Space „Werkbank“ lädt zur dritten Spätschicht ein: Nach den Themen KI und Cyberkriminalität steht nun das Thema Onlinemarketing auf der Agenda. Als Experte konnte einer der führenden Google-Experten in Deutschland, Guido Pelzer aus Baesweiler, gewonnen werden. Er arbeitet als SEO- und SEA-Berater, Dozent, LinkedIn-Learning-Autor und hat etliche Fachbücher zum Thema Onlinemarketing veröffentlicht. Im Auftrag von Google hat er bereits vor 15 Jahren Seminare zu Google AdWords durchgeführt. In seinem Expertenvortrag am 25. Juni werden die neuesten Trends, bewährte Tricks und wichtige Dos and Don'ts im Onlinemarketing diskutiert, um Unternehmen dabei zu unterstützen, ihre Onlinepräsenz zu maximieren und ihre Zielgruppen effektiv zu erreichen. Die Spätschicht-Ausgabe findet um



Foto: Werkbank

Guido Pelzer erklärt am 25. Juni in Heinsberg Trends im Online-Marketing.

19 Uhr im Werkbank Coworking-Space, Hochstraße 100, statt. Die Veranstaltung ist kostenlos. Eine vorherige Anmeldung über <http://werkbank-spaetschicht.de> ist erforderlich.

@ <http://werkbank-spaetschicht.de>



Regionaler Wettbewerb: Auslobung zum Holzbaupreis Eifel 2024 hat begonnen

► Der regionale Wettbewerb „Holzbaupreis Eifel“ geht in die nächste Runde: Nach 2008, 2012, 2016 und 2020 startet der Wettbewerb bereits zum fünften Mal. Ziel des Wettbewerbs ist es, die Leistungs- und Anwendungsvielfalt von Holz aufzuzeigen, positive Erfahrungen zu dokumentieren sowie nachahmenswerte und zukunftsweisende Beispiele darzustellen. Holz als ein hoch entwickelter Baustoff birgt eine Vielfalt an kreativen Gestaltungsmöglichkeiten für die Holzbau-Architektur und weist eine günstige Ökobilanz auf. Als der wichtigste klimaneutral nachwachsende Rohstoff kann Holz ressourceneffizient in der Kreislaufwirtschaft genutzt werden. Der Holzbaupreis Eifel 2024 wird vom Holzkompetenzzentrum Rheinland in Kooperation mit dem Holzbau-Cluster Rheinland-Pfalz und der WFG Ostbelgien VoG Wirtschafts- und Regionalförderung mit Unterstützung des Kreises Euskirchen und dem Netzwerk Wald und Holz Eifel e. V. ausgelobt. Teilnehmen können öffentliche und private



Foto: Thilo Ross Fotografie

Der regionale Wettbewerb „Holzbaupreis Eifel“ wird alle vier Jahre aufgerufen: Gesucht werden herausragende Projekte, die unter Verwendung von Holz oder Holzwerkstoffen erstellt wurden – wie hier die AIZ – Akademie der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) am Kampus Kottenforst in Bonn.

Bauherren, Architekten, Bauingenieure, Tragwerksplaner, Holzbaubetriebe, Arbeitsgruppen, Produktentwickler und Institutionen aus Forschung und Lehre. Wettbewerbsgebiet ist die Eifel in Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Ostbelgien und der angrenzende Bereich Luxemburgs. Die Objekte sollen zwischen dem 1. September 2020 und dem 31.

Juli 2024 fertiggestellt worden sein und dem gültigen Baurecht des jeweiligen Landes entsprechen. Letzter Abgabetermin ist der 16. August. Die Planeinreichungen zum Holzbaupreis Eifel 2024 werden ausschließlich digital angenommen.

@ www.holzbaupreis-eifel.de

Chancen für Betriebe: Stipendienprogramme von FH und RWTH gehen in die nächste Runde

► Potenzielle Fachkräfte kennenlernen, Einblicke in Forschung und Wissenschaft gewinnen, das euregionale Netzwerk stärken – es gibt viele gute Gründe, die Stipendienprogramme von FH und RWTH als Fördernde zu unterstützen. Unternehmen können ab einem Beitrag von monatlich 150 Euro engagierte und leistungsstarke Studierende mit einem Jahresstipendium im Rahmen des Bundesprogramms Deutschlandstipendium unterstüt-

zen. Jeder gespendete Euro wird von Seiten des Bundes verdoppelt, sodass die Stipendiatinnen und Stipendiaten monatlich 300 Euro erhalten und sich durch die finanzielle Entlastung noch besser auf ihr Studium konzentrieren können. Als Fördernde treten die Unternehmen in Kontakt mit motivierten, leistungsstarken Studierenden und können diese schon während des Studiums für Ihr Unternehmen begeistern und sich als attraktiver Arbeitge-

ber in den Blickpunkt rücken. Darüber hinaus gibt es die Möglichkeit, die Hochschulen besser kennenzulernen und sich mit anderen Fördernden und Partnern der Hochschulen zu vernetzen.

i IHK-Ansprechpartner:
Markus Wolff
Telefon: 0241 4460-239
markus.wolff@aachen.ihk.de



Foto: Daniel Zankhorov

Die Stipendienvergabe im Krönungssaal des Aachener Rathauses ist immer ein besonderes Fest.



Zukunft der industriellen Auftragsabwicklung:

CBA Aachen wird am 19. Juni zum Treffpunkt für Fach- und Führungskräfte

► Am 19. Juni wird das Kongresszentrum auf dem RWTH Aachen Campus zum Treffpunkt von Fach- und Führungskräften aus produzierenden Unternehmen, von Softwareanbietern und Systemintegratoren. Das Center Integrated Business Applications, das FIR an der RWTH Aachen sowie die Trovarit AG laden ein zum CBA Aachen 2024 – Congress on Business Applications Aachen. Unter dem Motto „Mit digitalisierten Prozessen und den richtigen Systemen die Zukunft der industriellen Auftragsabwicklung gestalten“, bietet die Veranstaltung allen Teilnehmenden eine Plattform, um ihr Wissen zu Prozessen und Lösungen für die Gestaltung zukunftsfähiger IT-Systemlandschaften zu erweitern.

Zum Programm gehören Vorträge mit Erfahrungsberichten aus der Industrie, interaktive Workshops, ein Ausstellerforum sowie Führungen durch die Demonstrationsfabrik Aachen und das InnovationLab im Center Integrated Business Applications. Ergänzt wird der CBA Aachen durch den vorgelagerten Praxistag am 18. Juni, der in Workshops anwendungsbezogene Lösungen und Herangehensweisen für Business-Software-Projekte fokussiert. Die Anmeldung zum CBA Aachen 2024 und dem Praxistag ist möglich unter www.cba-aachen.de.

@ www.cba-aachen.de

Elektrobus der ASEAG macht auf Nachhaltigkeitsstrategie der RWTH aufmerksam

► Die RWTH hat sich das Ziel gesetzt, bis 2030 klimaneutral zu sein. In Zusammenarbeit mit der ASEAG wird künftig ein Linienbus auf das Thema „Nachhaltigkeit an der RWTH“ im Stadtgebiet aufmerksam machen. Die Vorstellung des Busses ist zugleich der Startschuss der RWTH-Kampagne „We are part of the solution!“. Im Beisein von Dr. Margrethe Schmeer, Bürgermeisterin der Stadt Aachen, und dem Vorsitzenden des AStA der RWTH Aachen, Simon Roß, präsentierten Professor Ulrich Rüdiger, Rektor der RWTH Aachen, und ASEAG-Vorstand Michael Carmincke den in RWTH-Blautönen gestalteten Elektrobus. Um das Ziel einer klimaneutralen, nachhaltigeren RWTH zu erreichen, werden in der Nachhaltigkeitsstrategie spezifische, messbare, ausführbare, realistische und terminierte Ziele formuliert. Die Ziele sollen bis 2030 in den Wirkungsbereichen Studium und Lehre, Forschung, Governance und Betrieb erreicht werden. Das Engagement für Nachhaltigkeit wolle die RWTH aber auch in die Gesellschaft tragen: Der Bus



ASEAG-Vorstand Michael Carmincke (v. l.), RWTH-Rektor Professor Ulrich Rüdiger, Aachens Bürgermeisterin Dr. Margrethe Schmeer und AStA-Vorsitzender Simon Roß präsentieren den Elektrobus im Design der Nachhaltigkeitsstrategie der Hochschule.

sei dafür ein ideales Vehikel und mit der ASEAG habe die Hochschule einen langjährigen Partner gefunden. Bei dem Linienbus in RWTH-Farben handelt es sich um einen zwölf Meter langen Elektrobus mit zwölf Hochvolt-Batteriebaugruppen. Er bietet Platz für ins-

gesamt 70 Fahrgäste. Die Batterien ermöglichen eine Reichweite von rund 150 Kilometern und werden auf dem Betriebshof der ASEAG mit Ökostrom der STAWAG geladen. Die ASEAG hat derzeit 27 batteriebetriebene Elektrobusse im Einsatz.

 **Leserreisen**

Gehen Sie mit uns auf Reisen:



aachener-zeitung.de/leserreisen



Herausforderungen in der Lieferkette? Wir wissen, was Sie bewegt.

Gemeinsam finden wir die Antworten für morgen.

Als größter Mittelstandsfinanzierer Deutschlands* helfen wir Ihnen, aus den großen Herausforderungen der Zukunft noch größere Chancen für Ihr Unternehmen zu machen. Lassen Sie sich beraten.

sparkasse.de/mittelstand

* Bezogen auf die Sparkassen-Finanzgruppe.



Weil's um mehr als Geld geht.



Foto: Heike Lachmann

Die Unternehmen in der Region haben weiterhin mit verschiedenen Hemmnissen zu kämpfen, darunter auch mit dem anhaltenden Fachkräftemangel.

Keine Aufbruchstimmung in der Wirtschaft

IHK-Konjunkturumfrage zeigt: Die Skepsis bleibt weiterhin bestehen

Die Wirtschaft in der Region Aachen hat noch nicht aus der Konjunkturflaute herausgefunden. Aufbruchstimmung und Erholung bleiben zum Frühjahrsbeginn aus. Das ist das Ergebnis der jüngsten Konjunkturumfrage der Industrie- und Handelskammer (IHK) Aachen, an der sich 339 Unternehmen mit rund 27.000 Beschäftigten aus der Städteregion Aachen sowie den Kreisen Düren, Euskirchen und Heinsberg beteiligt haben.

Die meisten Unternehmen rechnen mit negativen Veränderungen in den kommenden Monaten. „Diese Skepsis hält nun seit rund

zwei Jahren an. Das ist die längste Negativphase in den vergangenen 30 Jahren“, betont Michael F. Bayer, Hauptgeschäftsführer der IHK Aachen. Er fügt hinzu: „Wir beobachten aber auch eine positive Tendenz. Die Unternehmerinnen und Unternehmer sind aktuell weniger misstrauisch als noch zum Jahresbeginn.“

Die Geschäftslage der Unternehmen hat sich seit Jahresbeginn tendenziell weiter verschlechtert. Drei von zehn Betrieben sind mit der aktuellen Situation zufrieden, jeder fünfte Befragte meldet schlechte Geschäfte. Der Saldo liegt damit weiter deutlich unterhalb

des Schnitts der vergangenen zehn Jahre. Die Ertragslage hat sich in den zurückliegenden Monaten ebenfalls deutlich verschlechtert. Das betrifft nahezu alle Wirtschaftssektoren. Bei vier von zehn Unternehmen sind die Erträge seit Jahresbeginn gesunken, nur halb so viele konnten ihre Erträge steigern. Das ist das drittniedrigste Ergebnis seit 15 Jahren. Einziger Lichtblick ist der Dienstleistungssektor, in dem die Betriebe mehrheitlich die Umsätze steigern konnten. Die Auftragseingänge ziehen hingegen langsam wieder an. Beim Export gehen die Industriebetriebe in den kommenden Monaten von Stagnation aus.



Die Wirtschaft sieht sich nach wie vor einer Vielzahl von parallel wirkenden Risiken ausgesetzt. „Die Herausforderungen bleiben komplex: Arbeits- und Fachkräftemangel, die schwache Inlandsnachfrage, steigende Arbeitskosten, die aktuellen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen sowie weiterhin hohe Energie- und Rohstoffkosten. Diese multiple Gemengelage ist ein Bremsklotz für Planungssicherheit und letztlich für eine gesamtwirtschaftliche Erholung“, berichtet Bayer. Entsprechend zurückhaltend zeigen sich die Betriebe bei ihren Investitions- und Personalplanungen. 6 Prozent haben Kurzarbeit angemeldet, weitere 3 Prozent rechnen kurzfristig damit.

Die Arbeitslosenquote in der Region Aachen ist seit Jahresbeginn auf 6,9 Prozent angestiegen, liegt damit aber immer noch 0,6 Prozentpunkte niedriger als auf Landesebene (7,5 Prozent). Im Vergleich zum Bund ist die Quote hingegen unverändert 0,9 Prozentpunkte höher (6,0 Prozent).

Geschäftslage und Erwartungen der Befragten im Detail

Die Situation der Unternehmerinnen und Unternehmer in der Industrie hat sich seit dem Jahresbeginn kaum verändert. 28 Pro-

zent der Befragten sind mit ihren Geschäften aktuell zufrieden, jeder Vierte bewertet die Lage schlecht. Dennoch sind die Umsätze bei der Mehrzahl der Befragten in den zurückliegenden Monaten gesunken: 46 Prozent der Betriebe melden einen Umsatzrückgang, 27 Prozent berichten von einem Anstieg. 12 Prozent der Industrieunternehmen haben zurzeit Kurzarbeit angemeldet, weitere 6 Prozent rechnen damit kurzfristig. Die Auslastung der Produktionskapazitäten stagniert nahezu bei 79 Prozent und liegt damit weiter unter dem langjährigen Durchschnitt von 80,8 Prozent.

Die Lage der Dienstleister ist seit Jahresbeginn nahezu unverändert positiv. 36 Prozent der Befragten berichten von guten Geschäften, 14 Prozent sind unzufrieden. Der Saldo sank nur geringfügig von +26 auf +22 Punkte. Bei einem Drittel sind die Umsätze in den vergangenen Monaten gestiegen, ein Viertel meldet rückläufige Umsätze.

Im Handel hat sich die Lage der Unternehmerinnen und Unternehmer deutlich verschlechtert. Nur ein Sechstel der Befragten bewertet die aktuelle Situation positiv. Drei von zehn Betrieben melden schlechte Geschäfte. Die Tendenzen im Groß- und Einzelhandel unterscheiden sich dabei kaum. Im Großhandel

sind aktuell nur 11 Prozent der Befragten zufrieden, vier von zehn Unternehmerinnen und Unternehmern bewerten die Lage negativ. Im Einzelhandel melden 22 Prozent der Befragten gute Geschäfte. Genauso viele sind unzufrieden.

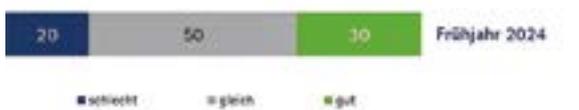
Die Rückmeldungen des Baugewerbes befinden sich weiterhin auf einem sehr hohen Niveau. 52 Prozent der Befragten sind mit dem aktuellen Geschäft zufrieden, nur 1 Prozent meldet eine schlechte Lage. Von positiven Geschäften berichtet insbesondere der Tiefbau. Der private Wohnungsbau hat durch höhere Zinsen und Preissteigerungen hingegen deutliche Rückgänge zu verzeichnen.

Der Exportumsatz in der Industrie blieb in den zurückliegenden Monaten weiterhin schlecht. Ein Viertel der Befragten berichtet von gestiegenen Auslandsumsätzen, bei 37 Prozent sind sie gesunken. Die Auftragseingänge aus dem Ausland haben allerdings eine steigende Tendenz. 26 Prozent der Betriebe verzeichnen mehr Exportaufträge, bei drei von zehn Befragten sind weniger Aufträge eingegangen. Mit einer weiteren Verschlechterung des Exports rechnen die Unternehmerinnen und Unternehmer nicht mehr. ▶

Die Konjunktur im Stimmungstest von je 100 befragten Unternehmen



bezeichnen die Geschäftslage als ...



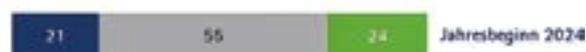
bezeichnen die Investitionsplanungen als ...



bezeichnen die Geschäftserwartungen als ...



bezeichnen die Beschäftigungsplanungen als ...



Grafik: IHK Aachen

23 Prozent der Betriebe gehen von einem Anstieg des Auslandsumsatzes aus, geringfügig mehr von einem Rückgang.

Die Ertragslage der Betriebe hat sich deutlich verschlechtert und erreicht den drittniedrigsten Wert der vergangenen 15 Jahre. Bei 42 Prozent der Befragten sind die Erträge gesunken, jeder Fünfte meldet gestiegene Erlöse.

Eine kleine Mehrzahl der Unternehmerinnen und Unternehmer will in den kommenden Monaten ihre Investitionsausgaben erhöhen. 26 Prozent der Befragten gehen von einem Anstieg der Investitionen aus, 21 Prozent wollen sie senken. 9 Prozent aller Betriebe wollen nicht investieren.

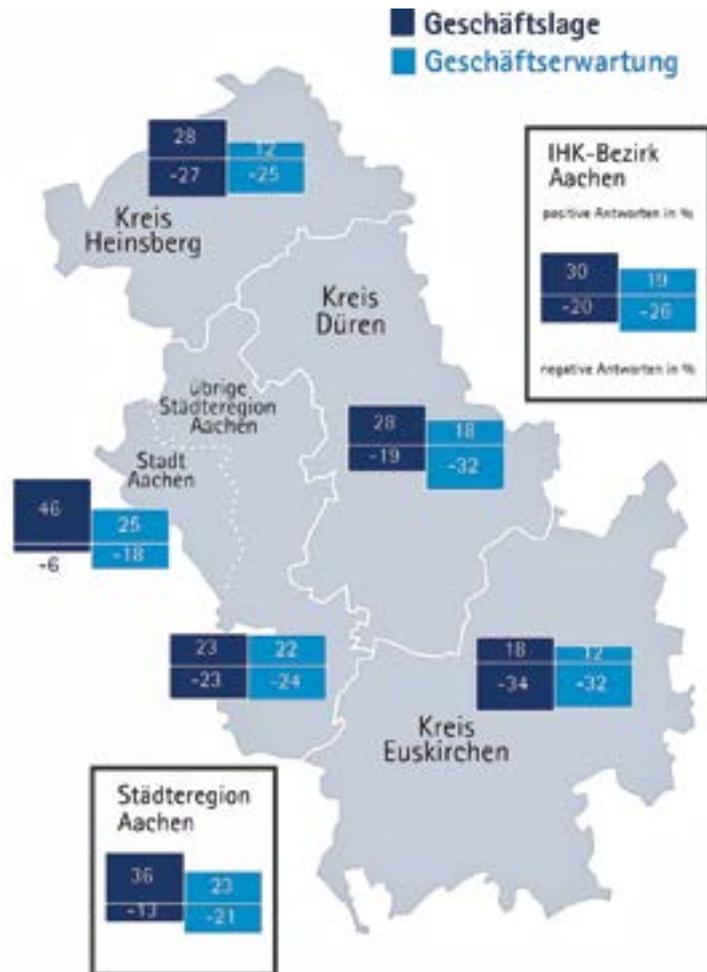
Auch wenn die Unternehmen nicht mit einer kurzfristigen Verbesserung der Konjunktur rechnen, geht eine kleine Mehrzahl der Befragten von einem Anstieg der Mitarbeiterzahlen aus. 23 Prozent der Befragten rechnen mit einer höheren Beschäftigtenzahl. 17 Prozent der Unternehmerinnen und Unternehmer prognostizieren einen Rückgang. Über die Hälfte aller Betriebe (55 Prozent), die Einstellungen planen, möchte Schulabgänger und Auszubildende einstellen, 44 Prozent suchen Mitarbeitende mit einem Fach- beziehungsweise Hochschulabschluss. Genauso gefragt sind Arbeitskräfte mit einer dualen Ausbildung (43 Prozent). Etwas mehr als jedes dritte befragte Unternehmen sucht Fachwirte und Meister beziehungsweise Menschen mit vergleichbaren Abschlüssen. Rund ein Viertel beabsichtigt, Mitarbeitende ohne abgeschlossene Berufsausbildung einstellen.

Bei der aktuellen Konjunkturumfrage hat die IHK Aachen mit den Vereinigten Industrieverbänden von Düren, Jülich, Euskirchen und Umgebung e. V. (VIV) kooperiert und Unternehmerinnen und Unternehmer gemeinsam befragt. Der Konjunkturbericht ist auf der Internetseite der IHK Aachen unter www.ihk.de/aachen/konjunkturbericht zu finden.

Geschäftslage und Erwartung in den Teilregionen

Städteregion Aachen: Stadt Aachen

Die Situation der Unternehmerinnen und Unternehmer in der Stadt Aachen ist erneut sehr gut. 46 Prozent berichten von einer



Grafik: IHK Aachen

guten, 6 Prozent von einer schlechten Lage. Die Erwartungen haben sich leicht verbessert: 25 Prozent der Befragten sind optimistisch, 18 Prozent erwarten eine Verschlechterung der Geschäfte.

Übrige Städteregion Aachen

Im ehemaligen Kreis Aachen hat sich die Lage der Betriebe verschlechtert, der Saldo sank um -4 auf 0 Punkte. 23 Prozent der Befragten sind mit dem Geschäft zufrieden, ebenso viele melden eine schlechte Lage. Die Aussichten sind hingegen etwas aufgeklart: 22 Prozent der Befragten erwarten eine positive Entwicklung, 24 Prozent sind skeptisch.

Kreis Düren

Im Kreis Düren berichtet eine kleine Mehrzahl der Unternehmerinnen und Unternehmer von guten Geschäften: Bei 28 Prozent laufen die aktuellen Geschäfte gut, 19 Prozent melden schlechte Geschäfte. Die Erwartungen bleiben aber auf niedrigem Niveau: 18 Prozent gehen von einer günstigen Entwicklung der Geschäftslage aus, 32 Prozent erwarten schlechtere Geschäfte.

Kreis Euskirchen

Die Lage der Unternehmen im Kreis Euskirchen hat sich weiter verschlechtert. 34 Prozent der Befragten berichten von schlechten Geschäften, bei 18 Prozent laufen die Geschäfte gut. Die Aussichten bleiben schlecht, klaren aber etwas auf: 12 Prozent der Unternehmerinnen und Unternehmer rechnen mit einer Verbesserung der Geschäftslage, 32 Prozent hingegen mit einer Verschlechterung.

Kreis Heinsberg

Die Unternehmerinnen und Unternehmer im Kreis Heinsberg melden eine ausgewogene Geschäftslage. 28 Prozent der Befragten geben an, dass sie mit der aktuellen Situation zufrieden sind, 27 Prozent sind nicht zufrieden. Die Erwartungen sind überwiegend negativ, haben aber eine positive Tendenz. Nur 12 Prozent der Betriebe erwarten eine positive Entwicklung, 25 Prozent gehen von einer Verschlechterung der Geschäfte aus. ■

IHK Aachen unterzeichnet den Klimastadtvertrag

Die IHK Aachen unterstützt die EU-Mission „Klimaneutrale Stadt 2030“ und ist mit rund 130 weiteren Unternehmen und Institutionen aus Aachen Partner des Klimastadtvertrags.



Fotos: IHK Aachen

Die Unterschrift ist gesetzt: Die IHK Aachen unterstützt den Aachener Klimastadtvertrag.



IHK-Hauptgeschäftsführer Michael F. Bayer sieht die Wirtschaft als wichtige Säule, damit das Ziel erreicht wird und Aachen bis 2030 klimaneutral wird.

Gemeinsam mit über 130 Unternehmen und Institutionen aus Aachen hat die IHK Aachen in einer Feierstunde mit Oberbürgermeisterin Sibylle Keupen den Aachener Klimastadtvertrag unterschrieben. Damit unterstützt die IHK Aachen das Ziel der Stadt Aachen, bis 2030 klimaneutral zu werden. Insgesamt 100 Städte in Europa haben sich der Klimaneutralität verschrieben: „Diesem Ziel möglichst nahe zu kommen, gelingt nur, indem man die Wirtschaft als wichtige Säule der Stadtgesellschaft einbindet. Durch Initiativen und Engagement der Unternehmerschaft wollen wir als IHK sowie die unterzeichnenden Unternehmen einen wichtigen Beitrag für ein klimaneutrales Aachen 2030 beisteuern“, sagt

Michael F. Bayer, Hauptgeschäftsführer der IHK Aachen.

Doch was bedeutet der Klimastadtvertrag konkret für die Unternehmen und für die Einrichtungen, die ihre Teilnahme zugesagt haben? „Das ist ganz unterschiedlich. In einem Unternehmen ist es vielleicht das Mobilitätskonzept, das den Umstieg auf andere Fortbewegungsmittel unterstützt. Bei einem anderen Unternehmen ist es das Gebäude. Bei einem kleinen Verein kann es der Umstieg auf ein anderes Fortbewegungsmittel bei einem Ausflug sein“, sagt Aachens Oberbürgermeisterin Sibylle Keupen. Sie betont: „Ich bin überwältigt von der großen Unterstützung für den Aachener Stadtvertrag.“

Ein wichtiger Meilenstein

Der Klimastadtvertrag ist ein umfassender Plan für den lokalen Wandelprozess zur klimaneutralen Stadt. Er ist auch der erste Meilenstein der EU-Mission „100 Climate-Neutral and Smart Cities by 2030“. Aachen wurde gemeinsam mit 99 weiteren Missionsstädten von der EU-Kommission ausgewählt, um Vorbild für alle europäischen Kommunen zu werden. Der Klimastadtvertrag ist ein wichtiges Instrument, ein Gütesiegel und Zeugnis eines ernsthaften und tragfähigen Konzepts für das Erreichen der Klimaneutralität im Jahr 2030. ■

@ www.aachen.de-KlimaneutralesAachen2030

Deutsch-Niederländischer Sprechtag: Was beim Schritt ins Nachbarland zu beachten ist

Ist der Entschluss einmal gefasst, die eigenen Vertriebstätigkeiten auf das Nachbarland auszuweiten und dort unternehmerisch tätig zu werden, ergeben sich zunächst viele Fragen. Gibt es für mein Produkt/Dienstleistung in Deutschland oder in den Niederlanden einen Markt? Welche Gesetze oder Vorschriften muss ich beachten? Wie kann ich Geschäftsbeziehungen aufbauen und Kontakte zu Kunden herstellen sowie Fragen zum Arbeiten im Home-Office bei grenzüberschrei-

tenden Arbeitsverhältnissen beantworten? Die IHK Aachen berät und informiert am 25. Juni im Eurode Businesscenter Herzogenrath gemeinsam mit Experten des Grenzinformatik Aachen-Eurode sowie dem StartersCentrum Limburg Existenzgründer und Unternehmer, die im Nachbarland tätig werden möchten, zu verschiedensten Themenbereichen. Die Kunden werden dabei in 45-minütigen Einzelgesprächen individuell und persönlich beraten. Zu den häufigsten Beratungsthemen

zählen die Firmengründung, die Erbringung von Dienstleistungen sowie Fragen zum deutschen und niederländischen Steuer- und Sozialversicherungsrecht.

@ www.ihkaachenweiterbildung.de

i IHK-Ansprechpartnerin:
Karin Sterk
Tel.: 0241 4460-297
karin.sterk@aachen.ihk.de

Ansprechpartner Anzeigenberatung:

Michael Eichelmann

Tel.: 0241 5101-254 • Fax: -253 • wirtsch.nachrichten@medienhausaaachen.de

**Gut für mich.
Gut für die
Umwelt.**

DER BLAUE ENGEL
JURY UMWELTZEICHEN
schützt
MENSCH UND UMWELT

**„Weil er hilft,
klimafreundliche
Produkte zu finden!“**

Annette Humpe
Musikproduzentin

Tun Sie etwas Gutes für sich, die Umwelt und die Zukunft! Kaufen Sie Produkte mit dem Blauen Engel. Deutschlands erstes Umweltzeichen steht seit 35 Jahren für Transparenz, Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Qualität. Mehr unter www.blauer-engel.de

Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz
und Reaktorsicherheit

Foto: Jim Rakete

Der Blaue Engel ist das Umweltzeichen des Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, vergeben durch die RAL gGmbH auf Grundlage der Kriterien des Umweltbundesamtes und der Jury Umweltzeichen.



IHK-Webinarserie: Industrie trifft Bioökonomie

Alle Zukunftsdener der Industrie sind eingeladen, in kostenlosen Online-Webinaren mehr zu Themen wie nachwachsende Rohstoffe, biotechnologische Verfahren und neue Wertschöpfungsketten zu erfahren. Beim Konzept der Bioökonomie geht es darum, die Abhängigkeit von nicht-erneuerbaren Ressourcen zu reduzieren und stattdessen auf biologische, nachwachsende Rohstoffe und biogene Nebenströme zu setzen. Bei verständlichen Impulsen von Fachexperten der RWTH Aachen und praxisorientierten Gastsprechern geht es um die Schwerpunktthemen Bioökonomie, nachwachsende Rohstoffe und alternative (pflanzenbasierte) Materialien, Biotechnologische Verfahren, Recycling und neue Wertschöpfungsketten, Biologische Funktionsbau-



Alles im grünen Bereich: Materialien aus nachwachsenden Rohstoffen sind eins der Themen im Bereich der Bioökonomie.

steine und Fördermöglichkeiten. Die IHK Aachen und das Kompetenzzentrum Bio-4MatPro bündeln hierfür ihre Expertise an folgenden Terminen: 7. Juni „Unverhoffte Wertschöpfung – Recycling, Abfall- und Nebenströme“ und 21. Juni „Die Palette nachhaltiger Lösungen – Funktionalisierung und Beschichtung“, jeweils von 12 bis 14:30 Uhr.

@ <https://www.ihk.de/aachen/innovation/innovation/webinar-industrie-trifft-biooekonomie-6136562>

i **IHK Ansprechpartner:**
Markus Wolff
Tel.: 0241 4460-239
markus.wolff@aachen.ihk.de

Wie Unternehmen Teilqualifizierung einsetzen

Bislang den Einstieg ins Thema Teilqualifizierung (TQ) verpasst und ein wichtiges Tool zur Fachkräfte-Gewinnung und Personalbindung liegen lassen? Kein Problem, der kostenfreie TQ-Tag am 11. Juni, 10 bis 12 Uhr, bei der IHK Aachen ist die Chance, das nachzuholen (*Anmeldung: www.ihk.de/aachen/tq-tag*). Sinnvoll ist eine Teilnahme für Vertreterinnen und Vertreter von Unternehmen – unabhängig von der Branche. TQ als Instrument der niedrighschwellig, kostenneutralen und gleichsam schnell umsetzbaren Qualifikation ist ein wirksames Instrument, um neue Fach-

kräfte zu gewinnen und bewährte zu binden. Gerade für den Bereich Gastronomie wurden zuletzt zahlreiche neue TQ aufgelegt, so dass für Vertreterinnen und Vertreter dieser Branche eine Teilnahme am TQ-Tag besonders sinnvoll ist. Ebenfalls herzlich willkommen sind Mitarbeitende von Bildungsträgern und der Arbeitsagentur, da beide Institutionen wesentlich für die Realisierungen von Qualifizierungsmaßnahmen sind. Das Programm am 11. Juni: Nach der Begrüßung durch Hendrik Pauge, Geschäftsführer der IHK Aachen für den Bereich Weiterbildung, werden Dirk

Möchel (Ausbildungsleiter Neapco Europe GmbH, Düren), Alexandra Seidel (DEKRA Akademie Aachen) und Eva-Maria Schauff (Agentur für Arbeit Aachen-Düren) ihren jeweiligen Blick auf das Thema TQ erläutern und zwar aus der Perspektive eines Unternehmens, eines Bildungsträgers und des Finanzierers. Im Anschluss gibt es eine Podiumsdiskussion und eine Fragerunde aus dem Publikum. Nach Ende des offiziellen Parts sind alle Gäste herzlich eingeladen, bei Snacks und Getränken in den Austausch zu gehen und das Netzwerk zu pflegen und zu erweitern. Weitere Infos und die Möglichkeit zur Anmeldung zum TQ-Tag gibt es online.

@ www.ihk.de/aachen/tq-tag



i **IHK-Ansprechpartner:**
Frank Finke
Tel.: 0241 4460-139
frank.finke@aachen.ihk.de

Christoph Claßen
Tel.: 0241 4460-232
christoph.classen@aachen.ihk.de



Lichtblick: TQ einzusetzen kann Unternehmen dabei helfen, neues Personal zu finden und bewährtes langfristig an sich zu binden. Wie das funktioniert, wird beim TQ-Tag der IHK Aachen am 11. Juni verraten.



Foto: Stephan Johnen

Sie wollen es Arbeitgebern so einfach wie möglich machen und helfen auch bei der Bearbeitung der entsprechenden Formulare, da nicht jedes Unternehmen eine eigene Personalabteilung hat: Stefanie Cremers und Klaus Schmandt wissen, wie sie Arbeitgeber dabei unterstützen können, Geflüchtete in ihr Unternehmen zu integrieren.

„Arbeit und Integration bedingen sich gegenseitig“

Die Idee der Vermittlungsoffensive NRW ist es, schwerpunktmäßig Geflüchtete möglichst schnell in einen Job zu vermitteln und parallel die Sprache und/oder die berufliche Qualifikation zu verbessern.

Svitlana Kulinich aus der Ukraine hat so eine neue berufliche Perspektive erhalten. Ein Praxisbeispiel aus dem Kreis Düren.

VON STEPHAN JOHNEN

Erwerbsarbeit ist der Schlüssel zu einer nachhaltigen sozialen und beruflichen Integration. Im Rahmen der zunächst bis Ende November befristeten Vermittlungsoffensive des Landes unterstützen die kommunalen Jobcenter erwerbsfähige Menschen, die Bürgergeld erhalten, noch intensiver bei der Integration in regionale Unternehmen. Ein

ganz besonderer Schwerpunkt liegt auf Geflüchteten aus der Ukraine und anderen Herkunftsländern. Dies leisten alle Jobcenter im Kammerbezirk gemeinsam mit ihren Partnern am Arbeitsmarkt und mit Unterstützung der Unternehmen vor Ort. Im Kreis Düren beispielsweise hat die job-com als Kommunales Jobcenter des Kreises Düren bislang rund 300 Menschen in Arbeit und Ausbildung vermittelt – zu ihnen gehört auch Svitlana Kulinich aus der Ukraine, die

beim Jülicher Unternehmen RBM Technische Produkte GmbH eine neue berufliche Heimat fand.

Vor zwei Jahren floh Svitlana Kulinich mit ihrer Tochter aus der Ukraine nach Deutschland. Ihre Heimatstadt war zur Frontstadt geworden, der Weg Richtung Westen führte beide in den Kreis Düren. 17 Jahre lang hatte die studierte Ökonomin in der Ukraine als Lagerlogistik-Managerin für ein großes Unter-



nehmen gearbeitet. In Deutschland stand sie vor dem beruflichen Nichts. „Ich hatte Angst mich zu bewerben, schließlich kann ich die Sprache nicht so gut“, sagt die 43-Jährige. Im Rahmen der Vermittlungsoffensive hat sie mit Unterstützung des Jobcenters Kreis Düren den Sprung ins vermeintlich kalte Wasser gewagt – und arbeitet seit zwei Monaten als Vertriebs- und Projektunterstützung für den Hersteller technischer Textilien. Um ihre Sprachkompetenz weiter zu verbessern, besucht sie aktuell auf Vorschlag ihrer Betreuerin bei der job-com und mit Zustimmung ihres neuen Arbeitgebers einen der neuen beschäftigungsbegleitenden Job-Berufssprachkurse.

RBM stellt technische Produkte aus nichtmetallischen Teilen, Geweben, Schäumen und Vliesen her. Zu den Hauptkunden (40 Prozent des Umsatzes) zählen Käsereien, für die RBM Filter- und Siebanwendungen konfektioniert. Hauptmarkt für diese Produkte ist Frankreich. Aktuell beschäftigt das 2018 gegründete Unternehmen zwölf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Tendenz steigend. RBM gehört zu den wenigen in Deutschland verbliebenen Herstellern von Produkten aus technischen Textilien, die auf Kundenwunsch geschnitten, genäht und geschweißt werden. Das Unternehmen hat bereits in der Vergangenheit gute Erfahrungen mit der Einstellung von Menschen mit Migrationshintergrund

gemacht, die unter rein formal-schulischen Aspekten betrachtet nicht zum Spitzenfeld der Bewerber zählten. „Zeugnisse interessieren mich zunächst nicht. Ich möchte Menschen direkt erleben, mit ihnen ins Gespräch kommen“, sagt Bernd Münz, Leitender Angestellter bei RBM. Jeder, der engagiert ans Werk geht, sich und das Unternehmen voranbringen möchte, habe eine Chance verdient. Gerade im textilen Bereich komme hinzu, dass es in Deutschland kaum noch Fachkräfte gebe, weil die entsprechenden handwerklichen Ausbildungsberufe mit dem Rückgang der Textilindustrie langsam aber sicher verschwanden. In vielen Ländern Osteuropas oder beispielsweise in Syrien gebe es diese Berufsausbildungen wie Herrenschneider oder Näherin noch.

Der Mehraufwand zahlt sich aus

Bernd Münz ist sich durchaus bewusst, dass das Unternehmen mit der Einstellung von Svitlana Kulinich auch selbst mehr Zeit und Ressourcen in die Einarbeitung und Begleitung der neuen Mitarbeiterin investieren muss. „Wir wollen selbst wachsen, größer werden, neue Kunden akquirieren. Wir nehmen gerne Leute mit auf diese Reise, die mit uns wachsen wollen, die sich weiter qualifizieren möchten, die mit uns gemeinsam etwas aufbauen wollen“, sagt er. Wer nur darauf warte, auf dem Markt „fertige Fachkräfte“ abzuschöpfen, werde als Unternehmen nicht stark,

verpasse die Chancen. „Ich war beruflich immer international unterwegs, habe einige Jahre in den USA gearbeitet. Da lernt man schnell, keine Barrieren aufzubauen“, erklärt Bernd Münz. Er ist auch überzeugt, dass sich der Mehraufwand auszahlt – dank einer höheren Bindung der Mitarbeitenden ans Unternehmen. „Wertschätzung macht hier den Unterschied“, findet er. Neben Svitlana Kulinich beschäftigt RBM mit Tetiana Lebedieva und Galyna Mariieva zwei weitere Ukrainerinnen, die im Rahmen der Vermittlungsoffensive ins Unternehmen kamen.

Vor drei Monaten startete Svitlana Kulinich bei RBM, zunächst mit einem Praktikum, seit dem 15. April ist sie festangestellt. Die Chemie stimmte schon beim Bewerbungsgespräch. „Wir hatten noch andere potenzielle Kandidatinnen und Kandidaten, aber die Liste wurde gar nicht gezogen“, freut sich Ina Wüst vom Arbeitgeberservice des Jobcenters, dass die „interne“ Vorauswahl so gut funktioniert hat. Unternehmen, die sich an der Vermittlungsoffensive beteiligen möchten, werden ebenfalls eng betreut und beraten. So werden im Vorfeld die Erwartungen und Anforderungen abgesprochen, um möglichst passende Bewerberinnen und Bewerber zu finden. „Wir wünschen uns wie im Fall von RBM von den Arbeitgebenden das Vertrauen, dass wir nach Vorauswahl passende Bewerber schicken“, bemerkt Ina Wüst und bedankt ▶

Büschler
vermietet
Arbeitsbühnen & Baumaschinen

- Arbeitsbühnen
- Teleskopstapler
- Bagger
- Radlader
- Dumper
- Rüttelplatten
- Baustellenbeleuchtung
- Bautrockner
- Häcksler
- Aufsitzkehrmaschine
- Anhänger
- Vermietung u. Verkauf

Neu bei uns: Baumaschinenvermietung

Die Büschler vermietet Arbeitsbühnen GmbH bietet Ihnen einen umfangreichen Service in fast allen Belangen des Höhenzugangs. Durch jahrelange Erfahrung können wir auch für Ihre schwierigsten Zugangsprobleme eine Lösung finden, dazu gehört auch die qualifizierte Beratung vor Ort.



Würselener Straße 6–8 | D-52222 Stolberg
Tel.: 0 24 02/2 25 44 | www.buescher-gruppe.de



sich für die gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit Bernd Münz. „Für die Vermittlung ist entscheidend, dass jemand motiviert ist“, fügt Ina Wüst hinzu.

Weniger Bürokratie, mehr Geschwindigkeit

Die Idee hinter der Vermittlungsoffensive ist es, schwerpunktmäßig Geflüchtete, die zum großen Teil (aber nicht zwingend) über abgeschlossene Berufsausbildungen und Berufserfahrung verfügen, mit einer sprachlichen Basisqualifikation möglichst schnell in einen Job zu vermitteln und währenddessen parallel die Sprache und die berufliche Qualifikation zu verbessern. „Der bislang eher bürokratisch und kleinteilig geregelte Weg wurde geöffnet und beschleunigt“, sagt Sachgebietsleiter Klaus Schmandt von der job-com. Mit berufsbegleitenden Sprachkursen könne eine deutlich frühere Beschäftigungsaufnahme und damit Perspektive für die Menschen ermöglicht werden. Neue Job-Sprachkurse sind viel mehr an den betrieblichen Erfordernissen ausgerichtet.

„Entscheidend ist, dass die Unternehmen bereit sind, in die Menschen zu investieren, insbesondere in Zeit für Deutschkurse, berufliche Weiterbildung und die Erklärungen der betrieblichen Abläufe. Um dies abzufedern, unterstützt die job-com mit einem breiten Spektrum an finanziellen Fördermöglichkeiten. Das minimiert das Risiko“, erläutert Amtsleiterin Martina Forkel. „Wir bieten im Zuge der Vermittlungsoffensive Unternehmen beispielsweise interessante Formate an: Betriebsbesuche unseres Arbeitgeberservice mit ausgewählten Kandidatinnen und Kandidaten, branchenbezogene Speed-Datings, aber auch Jobbörsen in kleinerem Rahmen“, fügt sie hinzu. Zum Förderinstrumentarium gehören auch unverbindliche Praktika in Unternehmen, Eingliederungszuschüsse zum Ausgleich für den erhöhten Einarbeitungsaufwand und Coaching-Angebote zur Stabilisierung des neuen Arbeitsverhältnisses sowie die bereits erwähnten jobbegleitenden Deutschkurse.

„Wir wollen es Arbeitgebern so einfach wie möglich machen – und helfen auch bei der Bearbeitung der entsprechenden Formulare, da nicht jedes Unternehmen eine eigene Personalabteilung hat“, läßt Stefanie Cremers, Teamleitung Arbeitgeberservice der job-com,



Foto: Stephan Johnen

„Für die Vermittlung ist es entscheidend, dass jemand motiviert ist“, sagt Ina Wüst (r.) vom Arbeitgeberservice des Jobcenters Düren. Das ist bei Svitlana Kulinich (Mitte) der Fall, findet auch Bernd Münz (l.).

Firmen dazu ein, sich mit den Möglichkeiten der Vermittlungsoffensive vertraut zu machen. Gleichzeitig sei es aber für ein Gelingen von Integration in den Arbeitsmarkt notwendig, manchen Standard für einen Einstieg abzusenken – und motivierten Menschen eine Chance zu geben. „Leider sind oft die Erwartungen und Anforderungen auch für einfache Tätigkeiten, die nicht zwingend eines Berufsabschlusses bedürfen, vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels zu hoch“, sagt Klaus Schmandt. Er möchte Unternehmen ermutigen „sich zu trauen, sich zu öffnen“. Schmandt: „Wir sollten mehr auf das Potenzial der Menschen schauen, die froh und dankbar für diese Chance sind und mit der entsprechenden Motivation an Bord gehen.“

Ein Aspekt, den auch Kerstin Faßbender, bei der IHK Aachen mit den Themen Ausbildung, Flüchtlinge und Anerkennung ausländischer Berufsabschlüsse betraut, unterstreicht: „Wir stehen als IHK hinter der Vermittlungsoffensive und dem Job-Turbo und wollen diese Botschaft in unsere Mitgliedsunternehmen tragen.“ Es lohne sich, einen Mehraufwand an Investition zu leisten. „Wir haben gelernt, dass es sehr sinnvoll ist, auf das ganze Potenzial des Menschen zu schauen. Dazu zählt neben dem kompletten Bildungsweg mit Schule, Ausbildung, Universität, Weiterbildung und Berufserfahrung auch die Motivation, die Sprache zu erlernen und hier im Land Fuß zu fassen.“ Martina Forkel, die Amtsleiterin

der job-com, sagt dazu: „Arbeit und Integration bedingen sich gegenseitig.“ ■

INFO

Gemeinsamer Schulterschluss

Im Kreis Düren möchten die Arbeitsmarktpartner mit einem gemeinsamen Schulterschluss der Vermittlungsoffensive des Bundes noch einmal besonderen Schub geben. „Jede und jeder wird im Arbeitsmarkt gebraucht“, heißt es in einer gemeinsamen Erklärung, die vom Kreis Düren, der job-com, der Agentur für Arbeit, den Vereinigten Industrieverbänden (VIV), der Industrie- und Handelskammer, der Handwerkskammer, dem Handelsverband NRW, den Deutschen Gewerkschaftsbund und der Vereinigten Kreishandwerkerschaft unterzeichnet wurde.

Der Arbeitgeberservice der job-com im Kreis Düren ist telefonisch zu erreichen unter 02421/22-1560050 und per E-Mail an arbeitgeberservice@kreis-dueren.de. Auch die anderen Jobcenter im IHK-Bezirk stehen Arbeitgebern, die sich für eine Beteiligung an der „Vermittlungsoffensive“ interessieren, gerne mit Rat und Tat zur Seite.



Immobilienmesse



Jetzt Aussteller werden!

Düren: 12.10.2024 | Aachen: 16.11.2024



Verkauf

Kauf

Vermietung

Energie

Eintritt frei!

Forum Medienhaus Aachen, Dresdener Str. 3, 52068 Aachen

Kontakt unter: 0241/5101505 oder
event@medienhausachen.de

Vorreiterrolle

Rund 350.000 Besucher zieht der CHIO Aachen als größte Sportveranstaltung Deutschlands jährlich in den Bann. ALRV-Präsidentin Stefanie Peters setzt auf kontinuierliche Investition, damit Aachen das weltweite Pferdesport-Zentrum bleibt.

VON ANJA NOLTE

„Alle Pferdesportlerinnen und Pferdesportler träumen davon, einmal in die weltberühmten Stadien in der Aachener Soers zu reiten“, sagt ALRV-Präsidentin Stefanie Peters. Die Bedeutung, die der CHIO Aachen als größte Sportveranstaltung Deutschlands für die Region und die Stadt hat, ist aber nicht nur eine emotionale, sondern lässt sich auch wirtschaftlich beziffern. „Damit wir auch zukünftig das weltweite Pferdesport-Zentrum bleiben, sind kontinuierliche, infrastrukturelle Investitionen notwendig“, betont Peters. „Wir stehen heute in einem viel größeren Wettbewerb als noch vor 20 Jahren.“ ▶



Foto: Michael Strauch





Foto: Arnd Bronkhorst

Zu den Maßnahmen zählen unter anderem der CHIO Aachen CAMPUS, der beispielsweise gemeinsam mit der RWTH International Academy den neuen Studiengang „Equestrian Stable Management“ an den Start gebracht hat, sowie die Flächenerweiterung im Rahmen des „Sportpark Soers“, eines der größten Projekte der hiesigen Stadt- und Sportentwicklung. Über die zentralen Zahlen und Pläne, den CHIO Aachen 2024 und die Reit-WM 2026, über Erfolge und Gänsehaut-Feeling erzählt die ALRV-Präsidentin im Interview mit den *Wirtschaftlichen Nachrichten (WN)*.

WN: Frau Peters, am 28. Juni startet der CHIO Aachen 2024. Welche Veranstaltung sollte man als CHIO-Neuling besuchen?

Stefanie Peters: Das Schöne ist, dass wir

beim CHIO Aachen ein ganz breites Spektrum bieten. Wenn ich eine Empfehlung aussprechen darf: Es gibt Tage, an denen man ganz viele unterschiedliche Ereignisse wahrnehmen kann – das ist insbesondere der zweite Samstag, an dem wir vier Disziplinen parallel durchführen. Sehr empfehlenswert ist aber auch die Eröffnungsfeier, die Pferdesport und Unterhaltung miteinander kombiniert. Das ist dann auch für jemanden, der nicht aus dem Sport kommt, ein Highlight. Diese beiden Dinge sind mit Sicherheit ein sehr guter Einstieg, um Turnieratmosphäre zu schnuppern.

WN: Worauf freuen Sie sich persönlich am meisten?

Peters: Für mich ist der CHIO Aachen jedes Jahr ein Ereignis, bei dem die Pferdewelt

zusammenkommt: mit Spitzensport auf der einen Seite und auf der anderen Seite dieses Gänsehaut-Feeling, das die Zuschauer und alle Beteiligten verbindet. Ich freue mich sehr auf die Begegnungen mit ganz vielen Menschen unterschiedlicher Herkunft, die man beim CHIO Aachen trifft, und gleichzeitig natürlich auf den Sport.

WN: Nach den Veranstaltungen 2020 und 2021 konnte der CHIO Aachen wieder so durchgeführt werden, wie jeder ihn kennt und liebt. 2022 war noch Zurückhaltung in der Bevölkerung zu spüren, 2023 rechneten Sie wieder mit mehr Zuspruch nach der Corona-Zeit. Sind Sie zufrieden?

Peters: Wir können auf rund 350.000 Besucherinnen und Besucher im vergangenen Jahr zurückblicken und konnten damit wie-

Eine erstklassige Bühne für den Pferdesport: Rund 350.000 Besucherinnen und Besucher haben sich 2023 das Turnier angeschaut.



der an die Auslastungen anknüpfen, die wir 2019 gesehen haben. Das hat gezeigt, dass sich alle wieder darauf gefreut haben, an Großevents teilzunehmen. Die Zurückhaltung, die wir 2022 noch gespürt haben, gab es auch bei anderen Großveranstaltungen – jetzt ist wieder eine Normalität im gesamten Sport eingetreten. Wir sind sehr zufrieden mit dem Ergebnis der Auslastung, die in Teilen sicherlich auch mit dem tollen Partnerland Großbritannien zusammenhing.

WN: Was erwarten Sie in diesem Jahr mit dem Partnerland USA?

Peters: Jeder Zuschauer verbindet mit den Partnerländern eine bestimmte Tradition. In den USA gibt es beispielsweise spezielle Pferderassen, die insbesondere im Westernsport verortet sind. Das ist sicherlich ein sehr spannender Teil, den wir in Europa nicht in der Ausprägung haben. Gleichzeitig kommen extrem erfolgreiche Spitzensportler aus den USA. Verbunden mit viel Glamour und einer Leichtigkeit des Entertainments, wie wir es aus den USA kennen, erwarten wir wieder großen Zuspruch. Wenn wir uns anschauen, wie der Ticket-Verkauf aktuell läuft, werden wir wieder in die Größenordnung aus dem vergangenen Jahr kommen.

WN: Die Veranstalter bemühen sich, den CHIO Aachen auch in die Region und in die Stadt hineinzutragen. Wie gelingt das?

Peters: Wir treten durch vielfältige Aktionen als gemeinsamer Gastgeber auf – von der Aktion „Tschio-Chic“ bis hin zum CHIO Aachen-Auftakt im Rathaus, bei dem das jeweilige Partnerland auf dem Markt präsentiert wird. Hier stellen wir immer eine rege Beteiligung der Bevölkerung fest. Generell ist im Vorfeld des CHIO Aachen viel mehr los in der Stadt. Wir integrieren den Einzelhandel, der zudem im CHIO-Village seinen Platz findet. Unter den insgesamt 230 Ausstellern sehen wir auch immer wieder neue Gesichter.

Wir haben als CHIO Aachen also eine gewisse Durchlässigkeit und – auch außerhalb von Gastronomie und Hotel – einen Einfluss auf eine belebte Innenstadt. Es ist wichtig zu erwähnen, dass der CHIO Aachen als größte Sportveranstaltung Deutschlands mit knapp 3,9 Millionen Euro Preisgeld und mehr als 350.000 Zuschauern insgesamt zur Attraktivität des Standorts Aachen beiträgt. Unabhängig davon, dass Besucher aus überregionalen und internationalen Bereichen zu uns kommen, ist der CHIO Aachen auch ein attraktives Element für das Wohnumfeld. Es handelt sich ja nicht nur um eine abgekapselte Zehn-Tage-Woche, sondern es ist als Event integriert in ein ganzjährig belebtes Gelände. Wir wissen alle: Sport verbindet die Menschen. Das ist ein ganz wichtiger Faktor für die Gesellschaft.

WN: Und durch den CHIO ist Aachen weltweit bekannt.

„Die letzten Analysen haben gezeigt, dass die Besucher eine durchschnittliche Entfernung von weit über 200 Kilometern zurücklegen, um den CHIO Aachen zu erleben. Dementsprechend wird ein Großteil der Besucher auch in der Region und der Stadt verweilen und dort beispielsweise die Gastronomie und den Einzelhandel besuchen. Wir sehen außerdem einen Gesamtbruttoumsatz in der Region von 70 Millionen Euro, der innerhalb von zehn Tagen generiert wird – umgelegt auf die Anzahl der Besucher gibt jeder 174 Euro im Rahmen des CHIO aus.“

*Stefanie Peters,
Präsidentin des ALRV*

CHIO wird ja in 140 Länder übertragen. Gleichzeitig ist Aachen noch immer das Zentrum der Pferdesport-Welt. Jeder Reiter und jede Reiterin träumt davon, hier einmal ins Stadion einzureiten. Das ist eine emotionale Verbindung, die wirklich in jedem Land auf dieser Welt von Pferdesportlern geteilt wird.

WN: Lässt sich die wirtschaftliche Bedeutung des CHIO für Aachen an Zahlen festmachen?

Peters: Wir führen regelmäßige Erhebungen mit einem externen Partner durch, damit wir einen neutralen Blick auf den wirtschaftli-

Peters: Ich bin selbst Pferdesportlerin gewesen und jeder auf der Welt, der Pferdesport betreibt, kennt Aachen. Das wird oft nicht wahrgenommen, wenn man nicht aus dem Sport kommt, aber es hat eine immense Bedeutung – auch für mich als Unternehmerin. Egal, in welches Land ich geschäftlich reise, wenn ich dort eine Pferdesportlerin oder einen Pferdesportler treffe, dann ist ihnen Aachen sofort ein Begriff. Allein der

INFO

CHIO vom 28. Juni bis 7. Juli 2024

2024 steht das Weltfest des Pferdesports ganz im Zeichen des Partnerlands USA. Besonders für die große Show vor dem großen Sport, die traditionelle Eröffnungsfeier am Dienstag, 2. Juli, versprechen die Organisatoren einen spektakulären Abend. Denn CHIO Aachen – das bedeutet längst nicht mehr nur Weltklasse-Pferdesport, sondern auch Weltklasse-Unterhaltung. So präsentiert sich die traditionelle Eröffnungsfeier als perfekte Unterhaltungsshow, 90 Minuten lang, atemberaubend und unter Flutlicht. So wird ein außergewöhnlicher Rahmen geschaffen für die prestigeträchtigsten Preise der Welt, die hier vom 28. Juni bis zum 7. Juli in den außergewöhnlichsten Stadien ausgetragen werden.

**Tickets gibt es unter
www.chioaachen.de oder unter
Tel. 0241-9171111.**

chen Effekt des CHIO Aachen haben. Ein wichtiger Punkt ist, sich die Besucherstrukturen anzuschauen. Das heißt: Wie viele Menschen kommen im Rahmen des CHIO Aachen zu einem Tagesbesuch in die Region und wie viele verbinden den Besuch mit einer Übernachtung? Die letzten Analysen haben gezeigt, dass die Besucher eine durchschnittliche Entfernung von weit über 200 Kilometern zurücklegen, um den CHIO Aachen zu erleben. Dementsprechend wird ein Großteil der Besucher auch in der Region und der Stadt verweilen und dort beispielsweise die Gastronomie und den Einzelhandel besuchen. Wir sehen außerdem einen Gesamtbruttoumsatz in der Region von 70 Millionen Euro, der innerhalb von zehn Tagen generiert wird – umgelegt auf die Anzahl der Besucher gibt jeder 174 Euro im Rahmen des CHIO aus. Hinzu kommt eine ausgeprägte regionale Zulieferindustrie, die hier Wertschöpfung betreibt, und in unserem direkten Umfeld entstehen Arbeitsplätze nicht zuletzt durch die Aktivitäten rund um den CHIO Aachen CAMPUS. ▶



Beim CHIO Aachen sind die weltbesten Pferdesportler am Start. Die Zuschauerränge sind voll und das Turnier wird in 140 Ländern übertragen.

WN: Wie entwickelt sich der CHIO Aachen CAMPUS?

Peters: Wir haben den CHIO Aachen CAMPUS 2020 aus der Wiege gehoben mit dem Hintergrund, dass wir unterjährig, 365 Tage im Jahr, das Zentrum des internationalen Pferdesports in Aachen weiter ausbauen möchten. Und das haben wir sehr erfolgreich gemacht. Wir verbinden den Breitensport mit dem Spitzensport in Angeboten aus den Clustern Training, Excellence, Youth, Education und Digital. 2022 lagen wir bei 90 Veranstaltungstagen, im letzten Jahr hatten wir bereits 190 Veranstaltungstage ohne Auf- und Abbau – und das in einer sehr großen Bandbreite: vom CHIO Aachen Kids Camp bis hin zum Exzellenzprogramm für Nachwuchsreiter im Spitzensport mit unseren Head Coaches Isabell Werth und Jos Lansink. Beide sind internationale Stars

der Reitsportszene, Olympiasieger, Weltmeister und natürlich Sieger der wichtigsten Prüfungen im Rahmen des CHIO Aachen. Es ist schön zu sehen, dass wir ein Angebot schaffen können, einmal für die Region, für die Familien, und auf der anderen Seite für internationale Nachwuchs-Spitzenportler. Wir hatten vor wenigen Wochen außerdem den Kick-off für den Studiengang des CHIO Aachen CAMPUS und der RWTH International Academy für „Equestrian Stable Management“. Wir haben es beim ersten Durchlauf des neuen Zertifikatskurses geschafft, 18 Teilnehmer aus elf Nationen zu begeistern und hierherzubringen. Das zeigt die Anziehungskraft des CHIO Aachen und die internationale Bedeutung des Standorts.

WN: 2026 findet die Pferdesport-WM auf

dem CHIO Aachen-Gelände statt und wird vom ALRV in Kooperation mit der Deutschen Reiterlichen Vereinigung ausgerichtet. Was bedeutet das für Sie als ALRV-Präsidentin?

Peters: Wir sind sehr glücklich und stolz darauf, dass wir die FEI World Championships nach Aachen holen konnten und 20 Jahre nach den Weltreiterspielen 2006 wieder Gastgeber sein dürfen für ein solch geschichtsträchtiges Ereignis. Das haben wir einer großartigen Teamleistung zu verdanken. Für mich persönlich, ich war auch 2006 schon dabei, bedeutet das jetzt eine große Vorfreude. In der Zwischenzeit haben wir uns in allen Bereichen extrem weiterentwickelt und wir sind überzeugt, dass wir mit all unseren Ideen und Visionen auch 2026 ein toller Gastgeber sein werden. Wir werden alles daran setzen.



WN: Was bedeutet die Pferdesport-WM für Aachen?

Peters: Die Stadt Aachen wird durch die Ausrichtung der Pferdesport-WM noch mal eine sehr viel stärkere kommunikative Präsenz und Wahrnehmung erfahren. Wir haben in der Zwischenzeit natürlich immer wieder Championate durchgeführt, unter anderem die Europameisterschaften im Jahr 2015, und vor diesem Hintergrund auch immer wieder die Weiterentwicklung der Infrastruktur, das Einzahlen in den CHIO Aachen, im Blick gehabt. Das ist auch im Kontext der FEI World Championships Aachen 2026 der Fall. Wenn wir die Wirtschaftlichkeit einer solchen WM betrachten: Wir hatten 2006 ungefähr 570.000 Besucherinnen und Besucher, die noch internationaler waren. Beim CHIO haben wir ja schon ein sehr internationales

Publikum, trotzdem kommen bei Weltmeisterschaften noch einige mehr aus Übersee. Der Bruttoumsatz lag bei 200 Millionen Euro in elf Tagen und damit bei durchschnittlich 250 Euro pro Besucher. Das zeigt, dass eine Pferdesport-WM für die Region wirtschaftlich noch mal attraktiver ist. Aber ich glaube, dass vor allem der langfristige Effekt der medialen, kommunikativen Wahrnehmung der Region und Stadt Aachen durch die FEI World Championships noch einmal mehr nachhallen wird.

WN: Zu den Weltreiterspielen 2006 wurde nicht nur die Infrastruktur um 25 Prozent erweitert und digitalisiert, sondern auch eine Flutlichtanlage installiert. Welche Investitionen stehen aktuell im Fokus?

Peters: Im zeitlichen Umfeld der FEI World Championships Aachen 2026 investieren wir auch mit Mit-

teilen der öffentlichen Förderung in Modernisierungs- und Sanierungsarbeiten, die unmittelbar der WM zugutekommen, sowie in infrastrukturelle Maßnahmen, die der generellen Weiterentwicklung dienen, um weiterhin das weltweite Zentrum des Pferdesports zu bleiben. Wir haben in barrierefreie Zugänge investiert, engagieren uns im Bereich Nachhaltigkeit, um mittelfristig ein „grünes“ Event zu werden, und investieren stetig in das Thema „Welfare of the Horse“: Wie schaffen wir es, für das Pferd, unseren Partner und Protagonisten des Sports, die besten Bedingungen zu schaffen in den Bereichen Training, Stallungen und Ruhephasen und für die Wettkämpfe. Auf einem Teilstück vom Gelände des ehemaligen Polizeipräsidiums entsteht außerdem eine neue Reithalle, mit dem Ziel, Jugendprüfungen und die Paradedressur, die auch eine Disziplin bei der WM ist, noch stärker und nachhaltig in den CHIO Aachen zu integrieren. Die Förderung von Nachwuchs-Talenten ist uns schon seit langer Zeit ein Anliegen, wie etwa durch die Austragung von „Deutschlands U25 Springpokal der Stiftung Deutscher Pferdesport und Holger Hetzel, Preis von Holger Hetzel“. Durch

die Flächenerweiterung haben wir zukünftig die Möglichkeit, Wettbewerbe zu parallelisieren.

WN: Die Politik hat einstimmig den Masterplan Sportpark Soers beschlossen, eins der größten Projekte der Stadt- und Sportentwicklung. Wie sieht der zeitliche Plan aus?

Peters: Das ist eine spannende Frage. Der Masterplan Sportpark Soers ist jetzt genehmigt und verabschiedet worden – das war ein wichtiger Meilenstein. Ich würde gerne den Sportdezernenten Markus Kremer zitieren,

der gesagt hat, dass die Fertigstellung der Halle im Jahr 2028 möglich ist. Das wäre ein Zeitplan, mit dem wir uns sehr gut identifizieren können.

WN: Seit über 100 Jahren ist der ALRV im Pferdesport tätig. Wie hat sich der Pferdesport entwickelt?

Peters: Der Pferdesport ist in Deutschland sehr

etabliert, es gibt ungefähr 1,3 Millionen Pferde in Deutschland, es gibt 2,4 Millionen Menschen, die sagen, dass sie Reitsport betreiben, und der allgemeine Umsatz im Pferdesport beträgt in Deutschland etwa 6,7 Milliarden Euro. Aber auch in Europa und in anderen Ländern, die nicht die Historie im Pferdesport haben, sehen wir eine Veränderung beim Thema 5-Sterne-Turniere, die auf höchstem Niveau stattfinden: Vor 20 Jahren gab es 21 dieser Spitzenturniere weltweit, 80 Prozent davon fanden in Europa statt, 2022 gab es 85 dieser Turniere – also vier Mal so viele –, und nur 50 Prozent davon fanden in Europa statt. Es gibt also viel mehr Turniere, aber nicht vier Mal so viele Reiter. Das ist eine große Herausforderung hinsichtlich der Logistik unseres Sports. Die Pferde sind viel häufiger auf Reisen, dafür benötigen sie die bestmöglichen Bedingungen. Auch als Spitzensportveranstaltung ist das eine Herausforderung, weil wir in einem ganz anderen Wettbewerb stehen. Deswegen ist es so wichtig, dass die Weiterentwicklung des CHIO Aachen im Fokus bleibt, damit wir der Vorreiter und die wichtigste Pferdesportveranstaltung der Welt bleiben. ■

„Wir haben den CHIO Aachen CAMPUS 2020 aus der Wiege gehoben mit dem Hintergrund, dass wir unterjährig, 365 Tage im Jahr, das Zentrum des internationalen Pferdesports in Aachen weiter ausbauen möchten. Wir verbinden den Breitensport mit dem Spitzensport. 2022 lagen wir bei 90 Veranstaltungstagen, im letzten Jahr hatten wir bereits 190 Veranstaltungstage.“

*Stefanie Peters,
Präsidentin des ALRV*

Raus aus dem Abseits

Mit dem Aufstieg in die 3. Liga ist die Alemannia Aachen zurück auf der großen Bühne. Ohne Sponsoren, die dem Verein auch in schwierigen Zeiten die Treue gehalten haben, hätte das nicht funktioniert. Das Interesse, den Klub zu unterstützen, ist so groß wie lange nicht mehr.

VON STEPHAN JOHNEN

Willkommen im schönsten Kreisligastadion der Welt, zu finden am Aachener Tivoli. Nicht lustig? Sascha Eller verdreht die Augen – und muss dann doch lachen. Ja, es war die letzten Jahre nicht immer leicht, Sponsoren zu finden, die ihre Logos und Farben in und an diesem imposanten Bauwerk wiederfinden wollten. Der Fußball ist und bleibt die schönste Nebensache der Welt. Doch ohne Sponsoring würde das Runde kaum ins Eckige gelangen. Ein Selbstläufer jedenfalls war die Akquise von Sponsoren und Business-Partnern seit dem Abschluss des letzten Insolvenzverfahrens 2018 nicht. „Das Stadion hat sich sozusagen als Symbol des Niedergangs und Scheiterns in die Seele Menschen eingebrannt“, bilanziert der Geschäftsführer der Alemannia. Was nicht heißt, dass sich die Dinge nicht ändern. In den vergangenen Wochen und Monaten hat sich der Wind gedreht – und mit dem Aufstieg der Alemannia in die ▶

Besondere Momente für die Ewigkeit: Davon gab es für die Alemannia-Spieler in dieser Saison einige. Das darf gefeiert werden.



Liga dürfte der Fluch der Vergangenheit endgültig gebrochen sein. Das Interesse, den Klub als Sponsor zu unterstützen, sei jedenfalls so hoch wie schon lange nicht mehr, berichtet Philip Macherey, Leiter Marketing und Sponsoring.

Ein Grundgerüst vieler kleiner Sponsoren auch in schwierigen Zeiten

Doch der Reihe nach. Vor zweieinhalb Jahren wurde Sascha Eller, zu diesem Zeitpunkt Sportlicher Leiter des Nachwuchszentrums der Alemannia, zum Geschäftsführer berufen. Bereits seit 2018 trainierte der studierte Sportfachwirt mit kaufmännischer Ausbildung verschiedene Nachwuchsmannschaften der Alemannia. Den schmerzvollen Absturz aus dem Bundesliga-Himmel, mehrere Insolvenzen – er kannte die jüngste Geschichte des Traditionsvereins – und auch die Herausforderung, dass diese Episoden nicht unbedingt das Zeug dafür hatten, werbewirksam vermarktet zu werden. Doch Eller

gehört zu denen, die stets an das Potenzial des Klubs und die Mannschaft geglaubt haben, allen Kreisliga-Stadion-Witzen zum Trotz. „Was hier in Aachen gerade passiert, habe ich so noch nicht erlebt. Wir haben eine gesamte Region elektrisiert“, spricht Sascha Eller davon, dass sich die Alemannia wieder einen Platz in den Herzen der Menschen erspielt hat. Eine Hoffnung, die schon so lange angehalten habe, sei nun erfüllt worden: Die Alemannia ist zurück auf der größeren Bühne.

„Nach der Insolvenz hatten wir ein Grundgerüst vieler kleiner Sponsoren, die das Ganze am Laufen gehalten haben“, bilanziert Philip Macherey. Positiv formuliert: Der Klub war die vergangenen Jahre nicht „abhängig von einer Person, die ganz viel Geld gibt“. „Viele Öcher Unternehmen, die mit dem Herzen

dabei waren, haben der Alemannia immer die Treue gehalten. Es war ihr Verein, der Verein der Stadt, den wollte man nicht sterben lassen“, bedankt sich Macherey für die Treue vieler Sponsoren, ohne die dem Verein schlicht das Geld gefehlt hätte, eine gute Mannschaft zusammenzustellen. Doch große Sprünge waren nicht drin, die Alemannia rannte nicht gerade offene Türen ein, wenn es um Sponsoring ging.

„Was hier in Aachen gerade passiert, habe ich so noch nicht erlebt. Wir haben eine gesamte Region elektrisiert.“

*Sascha Eller,
Geschäftsführer*

Saure-Gurken-Zeit war sozusagen ganz oft, beizeiten herrschte auch verbrannte Erde, war das Vertrauen zerrüttet. Zur ganzen Geschichte gehört auch, dass sich innerhalb der Insolvenz der gesamte Verein einer Rosskur unterziehen musste. „Wir haben uns komplett heruntergeschrumpft“, sagt der Geschäftsführer. Umso erfreulicher sei es, dass in den vergangenen zwei Jahren das Sponsoring mehr als verdoppelt wurde –



Foto: Stephan Jöhnen

Sehen den Aufstieg in die 3. Liga nicht bloß als Ausflug (v. l.): Philip Macherey, Leiter Marketing und Sponsoring, und Alemannia-Geschäftsführer Sascha Eller.

quasi als Zwei-Mann-Show mit der Unterstützung beispielsweise von Werkstudenten. „Wir haben viel Zeit darauf verwendet, wieder eine Basis zu schaffen“, sagt Sascha Eller.

Mit jedem sportlichen Erfolg mehr Aufmerksamkeit

„Philip Macherey hat richtig an der Schraube gedreht, auch mithilfe von Social Media und vielen außergewöhnlichen Ideen eine Euphorie entfacht, die der Mannschaft zugute kommt“, bedankt sich der Geschäftsführer. Und Social Media gewinnt mit jedem sportlichen Erfolg mehr Aufmerksamkeit. Aktuell verzeichnet die Alemannia rund 45.000 Follower bei Instagram, die Reichweite auch für Sponsoren wächst automatisch mit. Manche Reels auf Instagram wurden innerhalb kürzester Zeit mehr als 180.000 Mal aufgerufen. Für eine Regionalliga-Mannschaft ein ebenso beachtliches Ergebnis wie die Zuschauerzahlen auf dem Tivoli: Bei den jüngsten Heimspielen kickten die Alemannen im ausverkauften Stadion. Als Viertligist 5.500 Dauerkarten zu verkaufen, ist schon eine Sache. Die Zahl stieg schnell auf 9.600 in der aktuellen Saison. Wie zuletzt regelmäßig 30.000 Zuschauer im Stadion zu haben ist allerdings ein Rekord.

Im Fußballjubiläum Geschäftskontakte knüpfen

„Fußball – gerade in Aachen – ist ein Sport mit viel Tradition und Herzblut, der Emotionen weckt“, sagt Sascha Eller. Nie vergessen dürfe man aber, dass Alemannia Aachen auch eine GmbH sei, die nur leben und wachsen könne, wenn sie Gewinne erzielt. Und eine große Säule des Etats ist neben den Ticketerlösen das Sponsoring. Mit dem Aufstieg werden absehbar auch die laufenden Kosten steigen. Die subventionierte Miete des Stadions dürfte ebenso steigen wie die angemieteten Jugendplätze auf dem obersten Parkhaus-Deck. Auf der anderen Seite bietet der Verein den aktuellen und potenziellen Sponsoren in der kommenden Saison eine ganz andere Werbepresenz – mit mehr Zeit im Fernsehen, in der Sportschau, mehr Zuschauern bundesweit. „Unser Vorteil ist auf jeden Fall das Stadion: Es ist wesentlich leichter für uns, die Hürden der Rahmenbedingungen in der 3. Liga zu nehmen“, sagt Sascha Eller augenzwinkernd. Eine Lektion jedenfalls habe der Verein aus der Vergan-



Foto: Alemannia Aachen

Der Tivoli ist bekannt für seine einzigartige Stimmung. Dafür haben zuletzt rund 30.000 Fans gesorgt, die ihre Alemannia lautstark zum Sieg angespornt haben.

genheit gelernt: Mit dem Aufstieg wird auch die GmbH wachsen, aber in Maßen, mit dem Fokus auf Marketing und Sponsoring – um nicht die Fehler der Vergangenheit zu wiederholen. Eller: „Der Aufstieg darf kein Ausflug sein. Hier müssen wir uns erstmal festbeißen, daraus die nächsten Schritte generieren. Solide und konservativ.“

Für die bestehenden Sponsoren stehen nun oft Verhandlungen ins Haus. Die meisten Verträge sind ligagebunden und müssen nun neu verhandelt werden. Sorgen, dass viele Sponsoren bei steigenden Preisen abspringen, macht sich Philip Macherey eher nicht. Waren zu Beginn seiner Tätigkeit von den Logen im Business-Bereich acht oder neun vergeben, sind heute alle 30 Logen des Stadions gebucht – und es gibt lange Wartelisten. „Das Stadion ist auch für Unternehmen zum Treffpunkt geworden“, berichtet Sascha Eller. Neben der schönsten Nebensache der Welt, also dem Fußball, werden Geschäftskontakte geknüpft, Business-Partner empfangen, mit Mitarbeitenden gefeiert – oder die Netzwerke enger geknüpft. „Wir haben uns wieder das Vertrauen erspielt, ein geeigneter

Gastgeber zu sein“, sagt Sascha Eller. Dabei geht es nicht nur um Freizeitspaß. Zu den Sponsoring-Aktionen der Alemannia gehört beispielsweise auch ein Angebot für Unternehmen, die Mitarbeitende suchen und auf ihre Firma aufmerksam machen wollen. Für den sogenannten Studenten-Corner werden Tickets an Fachschaften verteilt, Unternehmen können Werbung machen und an den Jobbörsen der Alemannia teilnehmen.

Das finanziell „kleinste“ aber ebenso wichtiges Sponsoring ist die Dauerkarte

Die klassische Form des Sponsorings ist nach wie vor die Bandenwerbung. Eine Werbeform, die mit dem Aufstieg noch einmal interessanter werden dürfte. Überlegt wird, in der kommenden Saison auf LED-Technik umzusteigen und so auch Bewegtbilder zu ermöglichen. „Im Prinzip können wir alles möglich machen. Wir müssen wissen, was der Sponsor braucht, dann können wir sagen, was wir liefern und abdecken können“, erklärt Philip Macherey. Aktuell hat die Alemannia rund 350 Sponsoren, unterteilt in mehrere Kategorien. Der „Einstieg“ ist beispielsweise der „Öcher Stammspieler“. Hier können Fans in ▶

INFO

Form eines Mikrosponsorings 333, 666 oder 999 Euro investieren, die direkt in den Etat der Mannschaft fließen, Dafür gibt es eine namentliche Nennung des Sponsors auf der Homepage und im Tivoli-Echo, und pro Stufe ein VIP-Ticket pro Saison.

Dann gibt es die Kategorien Business, Eurogio, Premium und Exklusiv – die letzte Kategorie sichert, wie der Name erwarten lässt, eine Branchenexklusivität zu, die wiederum mit einem erhöhten Sponsoring-Betrag verbunden ist. Neben Logo-Präsenzen zählen auch immer Netzwerktreffen zu den Paketen. „Wir wollen den Austausch vertiefen und fördern, Anlässe schaffen. Das ganze bei einer lockeren Atmosphäre – das ist der Vorteil von Fußball“, sagt Sascha Eller. Unternehmen würden eine Werbe-Präsenz ganz oft mit Werbung mit Hospitality verbinden und Kunden einladen.

Das finanziell „kleinste“ aber ebenso wichtige Sponsoring ist im Grunde die Dauerkarte. Business-Partner unterstützen die Alemannia mit mindestens 2.000 Euro netto, Logo-Präsenz in Stadion TV, Magazin und Homepage ebenso inklusive wie eine Einladung zu allen Netzwerktreffen. Es gilt bei allen Paketen: Tickets werden zusätzlich kombiniert. „Oft entwickelt sich das Sponsoring über Jahre. Es beginnt mit

„Viele Öcher Unternehmen, die mit dem Herzen dabei waren, haben der Alemannia immer die Treue gehalten.“

*Philip Macherey,
Leiter Marketing und Sponsoring*

Image und Werte

Genauso, wie Sponsoren darauf achten, welches Image ein Verein hat, den sie unterstützen, schaut allerdings

auch die Alemannia darauf, dass die eigenen Werte vom Sponsor geteilt werden. „Wofür steht Aachen? Wir sind ein liebevoller Verein, der Fußball lebt, ein friedliches Fußballfest feiern möchte, der für Multikulturalität steht und den Zuschauern ermöglichen möchte, während eines Spiels mal den Alltag zu ver-

Größter Sportverein der Region

Alemannia Aachen wurde 1900 gegründet und ist mit 6.600 Mitgliedern der größte Sportverein der Region. Die Spiele der Alemannia verfolgen im Durchschnitt 17.771 Zuschauer, die Spielstätte am Tivoli bietet 32.960 Zuschauern Platz – und war zuletzt meist ausverkauft. Von 1967 bis 1970 und 2006 bis 2007 spielte Alemannia in der Bundesliga, jüngst gelang der Aufstieg aus der Regionalliga in die 3. Liga. 350 Sponsoren unterstüt-

zen aktuell den Klub, die Zahl soll weiter ausgebaut werden. Jeweils 45.000 Menschen verfolgen den Facebook- und Instagram-Auftritt der Alemannia, es gibt rund 1.300 LinkedIn-Follower und über 6.400 YouTube-Abonnenten. Die Homepage verzeichnet monatlich rund 80.000 Unique Visitors und 630.000 Seitenaufrufe. Aktuell bietet die Alemannia Sponsoren 1.300 Business-Seats und 30 Logen an – hier gibt es zum Teil lange Wartelisten.

gessen“, erläutert Sascha Eller. Die Alemannia sei zudem im sozialen Bereich sehr aktiv, sei es die Zweite Mannschaft mit dem Weihnachtsbaumverkauf oder die Unterstützung des Aufsichtsrates für karitative Einrichtungen. Mit ihrer Pfandbecher-Sammelaktion haben die Ultras zuletzt Krebsstationen mit 22.000 Euro Spende unterstützt. „Wir machen nicht so viel Aufsehen darum, aber wir finden das toll und unterstützen es“, sagt der Geschäftsführer.

Stimmen Chemie und Wertgefüge, ist der Kreativität bei der Schaffung neuer Webermöglichkeiten kaum eine Grenze gesetzt. So entstand das Spielminuten-Sponsoring aus einer Laune heraus. Sponsoren können sich für einzelne Minuten des Spiels einbuchen. Fällt dann ein Tor, wird der „Spielminuten-Sponsor“ separat genannt. Klingt ein bisschen wie Roulette im Fußball-Stadion, ermöglicht aber auf einen Schlag mindestens 90 neue Sponsoring-Projektionsflächen. Mit dem Aufstieg in die Dritte Bundesliga wird sicherlich auch das Thema Merchandising/Fanartikel mehr Bedeutung gewinnen. Im Zuge der Insolvenz wurden Fanshop und Merchandising an das gemeinnützige Aachener Inklusionsunternehmen VIA Integration gGmbH ausgegliedert. „Ohne diese Unterstützung hätten wir keinen Shop mehr gehabt. Also ist klar, dass wir auch die nächste Runde gemeinsam gehen“, unterstreicht Sascha Eller die gute Zusammenarbeit. Wie beim Sponsoring rechnet der Geschäftsführer aber auch im Shop mit einer deutlich höheren Nachfrage. Das schönste Kreisligastadion der Welt ist auf dem Weg, wieder ein weiteres Aushängeschild der Stadt zu werden. ■



Foto: Alemannia Aachen

Der exklusive Logenbereich im Stadion ist für Geschäftspartner, VIP-Gäste und Sponsoren reserviert.



FUTURE MATCH

DIE BERUFS- UND AUSBILDUNGSMESSE

> Aussteller werden > Zukunft sichern

Finden Sie hier die Fachkräfte von morgen!

30.10.2024 Eurogress Aachen



Nehmen Sie Kontakt mit uns auf:
futurematch@medienhausaaachen.de
futurematch-aachen.de

Sport macht stark

Sport macht nicht nur fit, sondern ist ein nicht zu unterschätzender Wirtschaftsfaktor, sagt Professor Dr. Christoph Breuer von der Deutschen Sporthochschule Köln. Das gilt auch, wenn die Wirtschaft ansonsten eher schwächelt.

VON DANIEL BOSS

Im März ging ein Raunen durch die deutsche Fußballwelt: Nach mehr als 70 Jahren wird die DFB-Elf die drei Adidas-Streifen gegen den „Swoosh“ von Nike tauschen. „Ab 2027 wird die Nike Inc alle Nationalmannschaften des DFB ausrüsten und den deutschen Fußball in seiner Gänze fördern“, erklärt der Deutsche Fußball-Bund auf seiner Webseite über das Ergebnis des jüngsten Vergabeverfahrens. US-Konzern sticht deutsches Traditionsunternehmen aus – Herzogenaurach, Mittelranken verliert gegen Beaverton, Oregon. So könnte man es plakativ und zugespitzt formulieren.

Professor Dr. Christoph Breuer von der Deutschen Sporthochschule Köln sieht die Sache allerdings ein wenig anders. Vor allem sieht er sie weniger dramatisch. Er sei nur „teilweise“ von der Entscheidung in Frankfurt überrascht gewesen, sagt der Forscher vom Institut für Sportökonomie und Sportmanagement. Denn schon beim letzten Mal sei Adidas nur sehr knapp zum Zuge gekommen. Und auch wenn der DFB keine Zahlen nennt: „Offensichtlich war das letzte Angebot von Nike einfach zu attraktiv.“ Aus Sicht von Christoph Breuer sei es grundsätzlich begrüßenswert, wenn eine gemeinnützige Organi-



Professor Dr. Christoph Breuer weiß: Sport ist nicht nur ein Lebensgefühl und ein Kulturgut, sondern auch ein Business und ein nicht zu unterschätzender Wirtschaftsfaktor.

sation durch solche Abschlüsse deutlich mehr Geld zur Verfügung hat als vorher. Auch einen Schaden für den Sportwirtschaftsstandort durch den Ausrüsterwechsel kann er nicht erkennen: „Adidas hat zwar seinen Firmensitz in Bayern. Aber die Eigentümerstruktur ist international – wie bei Nike.“ Zudem sei es noch gar nicht ausgemacht, ob das neue Sponsoring dem US-Unternehmen überhaupt einen wirtschaftlichen Mehrwert bringe. „Ich denke, es ging eher darum, dem Hauptwettbewerber auf seinem Heimatmarkt eins auszuwischen“, vermutet Christoph Breuer.

Für den Experten steht der Sponsor-Wechsel für eine Selbstverständlichkeit: Sport ist nicht nur ein Lebensgefühl und ein Kulturgut, sondern auch ein Business und ein nicht zu unterschätzender Wirtschaftsfaktor. „Das wird der breiten Öffentlichkeit insbesondere vor Groß-Events wie der anstehenden EM im eigenen Land bewusst.“ Laut dem „Sportsatellitenkonto“ (SSK), das im Auftrag des Bundesinstituts für Sportwissenschaft erstellt und aktualisiert wird, beträgt der Beitrag des Sports zum BIP in Deutschland 2,3 Prozent. Das SSK basiert auf den sportbezogenen Ausgaben der Bevölkerung („Sportkonsum“), den Investitionen in Bau, Instandhaltung und Betrieb von Sportstätten sowie den Aufwendungen für Sponsoring, Werbung und Medienrechte. Ein paar weitere Zahlen: Der „sportliche“ Beitrag zur Beschäftigung liegt bei 2,7 Prozent.

In Sachen Konsum der privaten Haushalte nennt das SSK 4,4 Prozent. Wie schwierig ist es, belastbare Zahlen für diese Querschnittsbranche zu nennen, macht Breuer an einem simplen Beispiel deutlich: „Wenn ein Fußball-Fan mit seinem Auto zum Stadion fährt – zählt dann die Tankrechnung schon mit zum sportbezogenen Umsatz?“

Man könnte immer noch mehr machen

Klar aber ist: „Sport ist eines der ganz wenigen Wachstumsfelder in einer schwächelnden Volkswirtschaft“, betont der Ökonom aus Köln. „Die Branche hat zwar sehr stark unter der Corona-Pandemie gelitten, doch der Erholungsprozess ist längst im vollen Gange. Die Zahlen sind äußerst positiv.“ Dafür nennt er zwei wesentliche Gründe: „Zum einen geht es um menschliche Gesundheits- und Fitnessbedürfnisse, die sich nie vollends befriedigen lassen. Denn man könnte ja immer noch eine Trainingseinheit mehr machen oder sogar eine weitere Sportart anfangen.“ Sogenannte Wearables (Fitnesstracker, Armbänder und ähnliches) seien stark gefragt. Zum anderen komme dem Sport als Unterhaltung ein Maß an Aufmerksamkeit zu, wie es auf dem übersättigten Informationsmarkt kaum ein zweites Mal zu finden sei. Diese These werden all jene bestätigen, die am Montagmorgen bei der Arbeit hitzig über das vergangene Bundesligawochenende debattieren.

„König Fußball“ regiert nach wie vor

Überhaupt der Fußball: „Er ist nach wie vor in Deutschland dominierend. Es existiere hierzulande keine Sportart auf diesem Niveau, so wie es beispielsweise in Belgien mit dem Radsport oder in Skandinavien mit Handball oder Eishockey der Fall sei. „König Fußball“ regiert also nach wie vor. Das zeigt sich laut Breuer sowohl bei den Vereinsmitgliedschaften, als auch beim Ticket- und Trikotkauf als auch bei den Sportwetten. Und was bringt das europäische Fußballfest in diesem Sommer? „Die Infrastruktur hierzulande ist aufgrund der WM 2006 schon auf einem sehr hohen Niveau. Hohe Investitionen in diesem Bereich waren demnach nicht erforderlich.“ Auch eine sprunghaft steigende Zahl der Sportaktiven sei nicht zu erwarten. „Weltweit sind die Daten ernüchternd: Ein Ereignis wie die EM oder WM führt allenfalls zu einer Verschiebung der Interessen.“ Heißt: Wer vorher zum Beispiel hobbymäßig Tennis gespielt

INFO

Von der Fußball-EM 2024 profitieren - aber (rechts-)sicher!

In diesem Monat startet in Deutschland die 17. Fußball-Europameisterschaft. 40 Prozent aller Spiele finden an den vier Spielstandorten in Nordrhein-Westfalen (Düsseldorf, Köln, Gelsenkirchen und Dortmund) statt. Hunderttausende Fans aus ganz Europa werden in NRW erwartet. Damit es für alle Beteiligten ein fröhliches Fußball-Fest wird, gilt es einige Spielregeln zu beachten. Insbesondere auch für den Einzelhandel, die Gastwirtschaft und Dienstleister, die von den wirtschaftlichen Effekten des Turniers profitieren können. Ein Überblick zeigt, was zu beachten ist, wenn Unternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen im Kontext der Europameisterschaft vermarkten möchten oder eine Public-Viewing Veranstaltung durchführen wollen:

- Wie darf ich mit der Fussball EM werben?
- Können eigene EM-Logos entworfen und verwendet werden?

- Dürfen Merchisingprodukte mit offiziellen UEFA-Marken oder Symbolen vertrieben werden?
- Wer sind die offiziellen Partner, Sponsoren und Förderer?
- Sind Sonderaktionen anlässlich der Fußball-EM zulässig?
- Was passiert bei Verstößen?
- Wann benötigen Sie für Public Viewing zur Fußball-EM eine Lizenz der UEFA?
- Dürfen Sponsoren bei einer Public-Viewing Veranstaltung auftreten?

Diese und weitere Fragen werden auf der Internetseite der IHK Aachen zur Fußball-EM beantwortet:

@ www.ihk.de/aachen/public-viewing
www.ihk.de/aachen/fussball-em-werbung

i IHK-Ansprechpartner:
 Ulf Schmidt
 Tel.: 0241 4460-267
ulf.schmidt@aachen.ihk.de

hat, wechselt vielleicht zum Fußball. Ein wenig erinnert das an das Phänomen der Kochsendungen: Nur weil viele Menschen Speisezubereitung im TV lieben, greifen sie nicht unbedingt selbst zum Kochlöffel. Einen interessanten Trend beobachtet der Forscher bei einer bis dato „ur-amerikanischen Sportart“: Football als Unterhaltungssport werde

in Europa und Deutschland immer populärer. Hier verfolge die NFL, die US-Profilage, eine eindeutige Expansionsstrategie. „Der Markt jenseits des Atlantiks ist hochinteressant“, sagt Breuer. Hier wachse vielleicht eine Konkurrenz für den „Platzhirsch Fußball“ heran. Eine ernsthafte Bedrohung sei aber mittelfristig nicht zu erwarten. ■

INFO

Innenminister Reul: Arbeitgeber sollen Einsatzkräfte für Fußball-EM freistellen

Herbert Reul, Innenministerium des Landes Nordrhein-Westfalen, bittet Arbeitgeber, ehrenamtliche Einsatzkräfte für mögliche Einsätze rund um die Fußball-Europameisterschaft freizustellen. NRW stellt vier der zehn Spielstätten, in denen vom 16. Juni bis 1. Juli 2024 fast täglich Spiele stattfinden. Das Innenministerium hat umfangreiche Vorplanungen getroffen, um die Austragung vom Katastrophenschutz und der Polizei begleiten zu lassen.

Die ehrenamtlichen Einsatzkräfte werden Unterstützung leisten, indem sie zum Beispiel für Behandlungs- und Betreuungsplätze Verantwortung tragen oder Verletzte in Kliniken transportieren. Für das Großereignis ist eine umfassende Verfügbarkeit von ehrenamtlichen Einsatzkräften erforderlich. Minister Reul betont, dass es sich um einen wichtigen Beitrag für die Sicherheit in der Bundesrepublik Deutschland handelt.

Family Business

Seit 1848 gibt es das familiengeführte Sporthaus Flink in der Kupferstadt Stolberg. Ob Krisen, Kriege oder Hochwasser – aufgeben war nie eine Option.

Flink. Kaum ein Nachname könnte passender sein für ein Sportgeschäft. Und das hat bereits eine lange Geschichte. Das Gründungsdatum steht in Großbuchstaben an der Wand im Büro von Heiner Flink: Achtzehnhunderachtundvierzig. Darüber die Hommage an die Heimatstadt Stolberg: „Kupfer in den Adern“. Der bald 55-Jährige führt das Stolberger Familienunternehmen in fünfter Generation. Am Schreibtisch gegenüber sitzt mit Sohn Andreas die sechste Generation.

So viel Tradition macht stolz, doch sie ist auch mit einer großen Verantwortung verbunden. Die wurde Heiner Flink nie so abverlangt wie im Juli 2021, als aus dem harmlosen Vichtbach ein reißender Fluss wurde, dessen Wassermassen auch die Geschäftsräume vom Sporthaus Flink an der Stolberger Rathausstraße fluteten. Eine kleine Tafel im hinteren Teil des Geschäfts zeigt an, wie hoch das Wasser damals stand: 1,95 Meter.

Nach der Flut: Monate zwischen Hoffen und Bangen

Danach begannen lange Monate zwischen Hoffen und Bangen, mit enormer Hilfsbereitschaft von Vereinen, von Fußball-Mannschaften und auch wildfremder Menschen. Etwa ein Ehepaar aus dem Saarland, das plötzlich mitten in dem ganzen Chaos stand, um beim Aufräumen mit anzupacken. Rückblickend sagt Heiner Flink, er habe bei seinen Einschätzungen völlig falsch gelegen, wie lange ein Wiederaufbau dauert und was er kostet. Als der Jahreswechsel 2021/22 kam, lag noch unendlich viel Arbeit vor der Familie. Dabei hatte der Unternehmer gedacht, er könne das

Sporthaus wiedereröffnen. Aus sechs wurden 17 Monate und Kosten von mehr als 600.000 Euro – fast dreimal so viel wie am Anfang geschätzt.

„In der uns widerfahrenen Situation hätte man aufgeben können“, sagt Heiner Flink. „Aber dann habe ich mich in einer stillen Stunde hingesetzt und habe in Gedanken ein Gespräch mit meinem Opa und ▶



Erinnerungsstücke: Den Ball hat der Großvater von Heiner Flink in Handarbeit angefertigt. Ein Stammkunde brachte ihn bei seiner Wohnungsauflösung wieder zurück. Die alten Sportschuhe fand man nach der Flut im Keller des Sporthauses. Sie waren dort wohl gelagert als Erinnerung an alte Zeiten. Nun haben beide Stücke einen Ehrenplatz im Ladengeschäft.

Foto: Heike Lachmann



Foto: Heike Lachmann

In Stolberg eine feste Größe: Heiner Flink und sein Sporthaus an der Rathausstraße.

meinem Vater geführt, die beide schon gestorben waren.“ Beide hatten den Krieg, die Nachkriegszeit und den Wiederaufbau erlebt. „Und sie haben in dieser schweren Zeit auch nicht aufgegeben. Das war schließlich meine Motivation, weiterzumachen.“ Schließlich ist ja da auch die Verpflichtung gegenüber der Familientradition.

Von der Sattlerei zum Sporthaus

1848 eröffnete Ururgroßvater Flink in dem Haus an der Rathausstraße eine Sattlerei. Bis Mitte der 1980er-Jahre gab es eine kleine Werkstatt hinten im Sporthaus – zum Schluss nur noch als Liebhaberei. Heiner Flinks Großvater und der Vater hatten sich schon mehr auf den Verkauf von Sportartikeln spezialisiert. Aber sie fertigten damals unter anderem noch Bälle selbst. Einen solchen rund 70 Jahre alten Lederball hat neulich ein alter Mann vorbeigebracht, der gerade seine Wohnung aufgab und dabei den Ball gefunden hatte.

Heiner Flink wuchs quasi im Geschäft der Eltern auf. Für ihn war früh klar, nach seiner Banklehre dort einzusteigen. Er hatte in den 1970er- und 80er-Jahren erlebt, wie das Sporthaus wuchs und sich ein bescheidener Wohlstand entwickelte. Sporthaus-Ketten oder das



Foto: Heike Lachmann

Durch dick und dünn, über Stock und Stein: Die Familie Flink hat mit ihrem Team das Sporthaus immer wieder aufgebaut, auch wenn der Weg manchmal ganz schön schwer war.

Internet-Geschäft als Konkurrenten waren da noch kein Problem. Sporthaus Flink war bekannt in der Stadt als Mannschafts-Ausstatter für die meisten Fußballvereine rund um Stolberg. Die Verbundenheit mit vielen Stammkunden, vor allem mit den rund 45 Vereinen erwies sich während des Wiederaufbaus ab 2021 als Glücksfall. Sie blieben dem Familien-Unternehmen treu, und es kamen sogar neue Kunden hinzu, die sich mit dem

von der Flut arg gebeutelten Sporthaus solidarisch zeigen wollten und bewusst den stationären Einzelhandel unterstützen.

Dazu zählen übrigens auch Spitzensportler, woran der Besucher im Büro von Heiner Flink durch großformatige Bilderrahmen erinnert wird. In einem das T-Shirt von Vadim Sichwardt, der 2019 und 2023 Weltmeister im Kettlebell wurde, einer Kraftsportart, die an



Foto: Heike Lachmann

Kupfer in den Adern: Das Team vom Sporthaus Flink fühlt sich der Kupferstadt Stolberg eng verbunden. Viele Stammkunden bauen auf den Service des Familienunternehmens.

die schottischen Highland-Games erinnert. Auf dem T-Shirt steht gut sichtbar „Sport Flink Stolberg“. Das gilt auch für einen zweiten Bilderrahmen mit dem gleichen T-Shirt und Schriftzug, das 2020 die Deutsche Crew der Surfer bei den Olympischen Spielen in Tokyo getragen hatte. „Ich war sehr stolz, bei der Übertragung der Wettkämpfe im Fernsehen kurz unser T-Shirt und unseren Namen zu sehen“, erinnert sich der Sporthaus-Chef. Der Vertreter eines Sportbekleidungs-Unternehmens vermittelte dem Stolberger Unternehmen auch einen Kontakt zur Deutschen Rugby-Nationalmannschaft. Die Nischen-Sportarten seien für die großen Teamsport-Ausstatter nicht lukrativ genug, sagt Flink. Auch wenn das für ihn nicht das große Geschäft bedeutet: Es bringt Renommee und trägt den Familiennamen, den es in Stolberg übrigens nur einmal gibt, in die Welt.

Kompetenz und Service gehören zum Erfolgsrezept

Heiner Flink ist kein Träumer. Als Kaufmann kann er die Lage realistisch einschätzen und weiß, dass die Sporthaus-Ketten und das Internet oft günstigere Preise bieten. „Mir ist wichtig, dass wir neben der Dienstleistung und den Kontakten mit den Vereinen auch konkurrenzfähige Preise anbieten. Nicht billig, sondern preiswert“, sagt der Stolberger Unternehmer ganz selbstbewusst. Er kennt die Nischen, die einen kleinen Familienbetrieb wie das Sporthaus Flink auch in der heutigen Zeit überleben lassen: Kompetente Fachberatung, Berufserfahrung, ein hohes Maß an Service, außerdem muss man seriös und flexibel sein.

Diese Flexibilität hat Heiner Flink gewissermaßen in seiner DNA. „Mein Vater war immer für die Vereine da, das habe ich von ihm abgeschaut. Wenn an einem Wintersonntag das Handy klingelt und ein Fußballverein braucht dringend für sein Match einen roten Ball, weil der Schiedsrichter das für den verschneiten Platz so will, dann überlege ich nicht lange und fahre den Ball dahin.“ Seine Wochenenden verbringt Heiner Flink oft auf den Sport-

plätzen bei „seinen“ Vereinen. Auch unterstützt er zum Beispiel Jugendfreizeiten, Ferienspiele oder verschenkt Kinokarten für die Kinder und Jugendlichen des Stolberger Agnesheims, einer Jugendhilfeeinrichtung.

Wer eine Weile in Heiner Flinks Büro verbringt, merkt, wie gut der Unternehmer vernetzt ist. Immer wieder stehen plötzlich Menschen im Türhahmen, die auf einen kurzen Plausch mit dem Firmenchef hoffen. Als sie merken, dass Besuch da ist, gehen sie sofort wieder mit dem Versprechen, bald wiederzukommen. Auch Sohn Andreas kommt immer wieder zum Vater, um Fragen zu stellen. Heiner Flinks Mutter Helga wohnt wie die gesamte Familie über dem Geschäft. Auch sie schaut täglich im Büro vorbei und bringt dann Cockerspaniel-Hündin Lotte mit, die den Besuch ausgiebig beschnüffelt und sich dann zufrieden in ihrem Körbchen niederlässt. Das erinnert an alte Zeiten, als Familien-Betriebe noch in der Mehrzahl waren und im Sozialgefüge der Ortschaften ein vertrautes Heimatgefühl vermittelten. Hei-

„Mein Vater war immer für die Vereine da, das habe ich von ihm abgeschaut. Wenn an einem Wintersonntag das Handy klingelt und ein Fußballverein braucht dringend für sein Match einen roten Ball, weil der Schiedsrichter das für den verschneiten Platz so will, dann überlege ich nicht lange und fahre den Ball dahin.“

Heiner Flink, Sporthaus Flink



Foto: Heike Lachmann

Sport Flink Stolberg: Dieser Schriftzug zierte 2020 das Trikot der Deutschen Crew der Surfer bei den Olympischen Spielen in Tokyo. „Ich war sehr stolz, bei der Übertragung der Wettkämpfe im Fernsehen kurz unser T-Shirt und unseren Namen zu sehen“, erinnert sich Heiner Flink.

ner Flink will genau das bewahren und setzt darauf, dass auch seine Kunden diese besondere Geschäftskultur wertschätzen. Ob das Sporthaus Flink auch noch die nächsten Jahrzehnte überlebt, hängt auch von dieser Wertschätzung ab und davon, ob die Söhne Peter und Andreas die Familientradition fortführen. Im Moment sieht es ganz danach aus. ■



Foto: Heike Lachmann

Bei Flink baut man auf Qualität – ob's um Schuhe geht oder um anderes Sport-Equipment.

Spiel, Satz, Sieg

Wie Sport zum Marketing genutzt werden kann und positiv auf das Image eines Unternehmens einwirkt, stellt die EWW Energie- und Wasser-Versorgung GmbH unter Beweis.

Das Stolberger Unternehmen EWW Energie- und Wasser-Versorgung GmbH versorgt die Region zwischen Selfkant und Simmerath mit Energie – und das im doppelten Sinne. Denn es geht nicht nur darum, den Haushalten Strom, Gas und Wasser zu liefern. Die EWW steckt auch Energie in Form von Sponsoring in viele regionale Sportvereine, vor allem in deren Jugendarbeit.

„In unserem Versorgungsgebiet sind rund 190.000 Menschen in etwa 940 Sportvereinen organisiert“, weiß Markus Bienwald. Er bearbeitet gemeinsam mit seiner Kollegin Yvonne Rollesbroich die externe Kommunikation. Das ist ein weites Feld. So kümmern sich die beiden gemeinsam mit dem Marketing der EWW auch um die Vereinsförderung. Das reicht von Veranstaltungen für Jedermann wie „Sport im Park“ über den „Powerman“-Duathlon in Alsdorf bis hin zum jährlichen Handball-Cup.

Der Tischtennis-Bundesligist TTC Jülich steht ebenso auf der Liste der gesponserten Vereine wie der Handball-Verbandsligist HC Weiden, der VfL Vichttal oder der Schwimmverein Übach-Palenberg. Hinzu kommen Einzelaktionen wie die Ausstattung einer Vereinsmannschaft mit Trikots oder Sportgutscheine zur Einschulung für Kinder aus Stolberg.

Sponsoring ist seit vielen Jahren Teil der EWW-Unternehmenspolitik. Es geht dabei um Kundenbindung und Sichtbarkeit der Marke EWW in der Region. Auch der Nachbarschaftsgedanke ist bei dem regionalen Unternehmen stark ausgeprägt. Das zeigen die „Herzensprojekte“, bei denen sich Gruppen, Vereine und Institutionen bewerben können. Fans und Freunde stimmen darüber ab. Die zehn Herzensprojekte mit den meisten Stimmen erhalten je 2.500 Euro.

Sponsoring leistet eine wichtige Unterstützung für lokale Sportvereine

Eine große Kampagne aus 2023 hieß „Nachbarschaft schafft NachbarKRAFT“. Auch hier konnten Vereine und Institutionen ihre Projekte einreichen und Förderungen erhalten. Sie wurde sogar von Marktforschern untersucht, berichtet Yvonne Rollesbroich. Es geht um die Frage, wie die Kampagne bewertet wird und ob sie positiv auf die Region ausstrahlt. „Denn Vereine und Initiativen sind wichtige Multiplikatoren“, sagt Rollesbroich. Sie und Markus Bienwald kennen die Bedürfnisse der Vereine, zu denen sie engen Kontakt halten.

Die Corona-Pandemie hat in manchen Sportvereinen zu Mitgliederschwund geführt. Es gibt vor allem in den kleineren Vereinen zu wenig Übungsleiterinnen und Übungsleiter. Denn die Ausbildung kostet Geld und die einmal erworbene Lizenz muss regelmäßig bei Lehrgängen erneuert werden. Auch Sportge-

räte und Trikots für Mannschaften gehen ins Geld. Das Sponsoring der EWW leistet hier wichtige Unterstützung, das zumindest zeigt die Rückmeldungen der Vereine an Yvonne Rollesbroich und Markus Bienwald.

Betriebssport: Von Aquafitness bis Angeln

Die EWW unterstützt neben zahlreichen Vereinen mit einigen tausend Mitgliedern auch die eigenen Mitarbeitenden. Bereits 1985 wurde die Betriebs-sportgemeinschaft als BSG der EWW Energie- und Wasser-Versorgung GmbH neu gegründet mit dem Ziel, die Gesundheit der Belegschaft und das Team-Gefühl über den betrieblichen Alltag hinaus zu fördern. 2007 wurde die BSG als Verein eingetragen, nachdem es zwei Jahre zuvor einen Zusammenschluss mit der BSG der enwor energie & wasser vor ort GmbH gegeben hatte und der organisatorische Aufwand immer größer geworden war. Seit 2019 nennt

„Denn Vereine und Initiativen sind wichtige Multiplikatoren.“

*Yvonne Rollesbroich,
EWW-Abteilungsleiterin Kommunikation
und Marketing*



Foto: Energie- und Wasser-Versorgung GmbH

Über die Vereinsförderung, wie im Fall des Handball-Verbandsligisten HC Weiden, bleibt die EWW sichtbar, wie Yvonne Rollesbroich, Abteilungsleiterin Marketing und Kommunikation der EWW (2. v. l.), weiß.



Foto: Energie- und Wasser-Versorgung GmbH

Sport stärkt das Gemeinschaftsgefühl: Diesen Aspekt unterstützt die EWW, indem sie Sportvereine wie unter anderem den VfL Vichttal sponsert.

sich der Verein nun „BSG Aktiv“, weil auch Mitglieder der damals neu gegründeten Regionetz GmbH dazu kamen. 2024 sind in der Betriebssportgemeinschaft 850 Kolleginnen und Kollegen organisiert.

„Darin enthalten sind auch Mitarbeitende unserer Tochtergesellschaft Regionetz, der enwor und viele Ehemalige“, sagt Markus Bienwald. Der Jahresbeitrag beträgt sechs Euro und berechtigt zum Bezug eines Zuschusses für sportliche Aktivitäten, so Bienwald weiter. Dazu zählen nach Rücksprache mit dem BSG-Vorstand auch Sportmaterialien. „In den letzten beiden Jahren erhielten Mitglieder, die den Zuschuss nutzten, im Schnitt einen durch die Geschäftsführung aller beteiligten Unternehmen zugestandenen Zuschuss von rund 250 Euro pro Jahr“, rechnet Markus Bienwald vor. Es gibt derzeit zehn Sparten, in denen die Mitarbeitenden – vom Azubi bis zum Fast-Rentner – sich auspowern können: Aquafitness, Badminton und Squash, Fitness, Fußball, Golf, Motorsport, Sportschießen, Tennis und Tischtennis. Auch Angeln und Skat wird von einigen betrieben und es gibt zudem eine jährliche Karnevalssitzung der BSG.

Die EWW bietet ihren Mitarbeitenden außerdem Gemeinschaftsangebote wie Kanu- oder Segway-Ausflüge, um mit einem niedrigschwelligen Einstieg das Teamgefühl zu stärken. Und wer lieber allein trainiert, kann das mit einem der rund 3.000 Online-Coaching-Programme tun, die kostenfrei über ein Work-Life-Portal ausgewählt werden können. „Das ist alles ein

nachhaltiges Invest in die Gesundheit der Mitarbeiter“, beschreiben Yvonne Rollesbroich und Markus Bienwald die Beweggründe der EWW. Und über die Förderung externer Vereine bleibt der Energieversorger aus Stolberg sichtbar und wird von vielen als Unternehmen mit sozialem Engagement und gesellschaftlicher Verantwortung wahrgenommen. ■



Foto: Energie- und Wasser-Versorgung GmbH

Gemeinsame sportliche Aktivitäten, wie die jährliche Teilnahme am B2Run, fördern auch das Image – nach innen wie nach außen.

Immer in Bewegung

Erst Nischenanbieter, dann bundesweit erfolgreich: MedAix war das erste Unternehmen in der Region, das die Gesundheitsorientierung konsequent umgesetzt hat. Innerhalb von 20 Jahren ist MedAix auf 18 Physiotherapie- und Trainingszentren angewachsen.

VON ANJA NOLTE

Keine laute Musik, kein Pumpen, keine Shakes. MedAix versteht sich nicht als klassisches Fitnessstudio, sondern hat sich seit seiner Gründung in Aachen das Wiedererlangen, den Erhalt und die Steigerung der Gesundheit seiner Kunden auf die Fahnen geschrieben. Die Wurzeln liegen in der Physiotherapie: 1999 eröffnete Zoran Stojanovic, der sich als einer der Ersten in Deutschland auf die medizinische Kräftigungstherapie an sogenannten MedX-Geräten spezialisiert hatte, die erste Praxis für Wirbelsäulenrehabilitation an der Eupener Straße in Aachen. 2005 erfolgte die Expansion in die Elisengalerie, jetzt unter dem Namen „MedAix Rückenzentrum“. Die Leitung des zweiten Standorts übernahm Daniel Gier, der dort 2007 auch das erste gesundheitsorientierte Trainingszentrum von MedAix eröffnete. Die Grundidee: Therapierte Patienten des Rücken zentrums sollen im Anschluss weiterhin trainieren können – „im Idealfall ein Leben lang“, betont der diplomierte Sportwissenschaftler. Vom anfänglichen Nischenanbieter ist MedAix auf heute insgesamt 18 Physiotherapie- und Trainingszentren angewachsen. Weitere sollen folgen.

Die Wege von Daniel Gier und Zoran Stojanovic kreuzten sich „therapeutisch“: Der Physiotherapeut Stojanovic hatte die MedX-Therapie aus den USA nach Deutschland mitgebracht, Gier hingegen hörte über einen Orthopäden von der Behandlungsmethode und wollte seinen sportwissenschaftlichen Schwerpunkt „Prävention und Rehabilitation“ beruflich umsetzen. Nur wie? „Wir haben dann gemein-

sam überlegt, wie wir die MedX-Therapie in großem Stil an den Markt bringen können – als Alternative zu den herkömmlichen orthopädischen, medizinischen Versorgungslösungen.“ Die MedX-Therapie gelte nachweislich als die effektivste Behandlungsmethode akuter und chronischer Nacken- und Rückenbeschwerden, erklärt Gier, mit dem Ziel, die gesamte Wirbelsäulenmuskulatur durch Übungen an den computergestützten Präzisionsgeräten aktiv zu kräftigen und damit dauerhaft zu stabilisieren. „Auch heute ist es eindeutig, dass es besser ist, einen Patienten in die bewegte Therapie zu bringen als ihn passiv zu behandeln“, erklärt der Sportwissenschaftler. Durch die übliche Massage stelle sich zwar eine kurzfristige Schmerzlinderung ein, aber die Ursache werde nicht behoben. „Die Probleme bleiben“, betont er. „Nur, wenn Patienten so hoch schmerzbelastet sind, dass sie gar nicht in der Lage sind, bewegungstherapeutisch behandelt zu werden, muss etwas vorgeschaltet sein: Und das ist die klassische, manuelle Physiotherapie, um schmerzreduzierend, mobilisierend zu arbeiten – als Vorbereitung auf die aktive Therapie.“

TOP 5 im Reha-Sport

Mit diesem Ansatz starteten die beiden Aachener 2005 unter dem Namen MedAix, 2006 integrierten sie den Rehabilitations-sport, um die komplette bewegungstherapeutische Struktur zu gewährleisten. „Der Reha-Sport ist eine nicht wegzudenkende Versorgungssäule“, sagt Gier. Bundesweit rangiert MedAix heute sogar unter den TOP 5 der größten Rehasport-Anbieter. „Durch unsere Methode und unter qualifizierter Anleitung ist selbst der akute Bandscheiben-Rückenschmerz-Patient, der Hüft-TEP-Patient oder der Osteoporose-Patient wunderbar bei uns auf-

gehoben, weil das Trainingsrisiko auf ein Minimum heruntergefahren wird, aber der Trainingserfolg durch die angewandte Intensität gegeben ist.“ Auch der Reha-Gruppensport mit seinen verschiedenen Ausrichtungen – von der Wirbelsäulengymnastik über das Beckenbodentraining bis hin zu Sport in der Krebsnachsorge – habe nichts Angestaubtes, ganz im Gegenteil: „Gemeinschaft und Sport, das erzeugt soziale Gesundheit, hier entstehen Freundschaften“, führt Gier aus. Denn auch das gehöre zu einem gesunden Leben dazu: „Es gibt vier Bausteine, mit denen man sich auseinandersetzen sollte: soziale Gesundheit, mentale Gesundheit, körperliche Gesundheit und gesunde Ernährung.“

Training als Wirtschaftsfaktor

2007 entwickelte sich MedAix inhaltlich nochmals weiter, die Gründer hatten sich die Frage gestellt: Was passiert mit den Menschen, die eine Therapie beenden, sich aber bei uns gut versorgt fühlen? „Viele unserer ehemaligen Patienten wollen ja weitermachen und in Bewegung bleiben“, erzählt Gier. „Also haben wir in der Elisengalerie das erste Trainingszentrum im MedAix-Stil eröffnet.“ Damit konnte MedAix nun die gesamte Versorgungskette schließen – vom Reha-Sport und der Physiotherapie bis hin zu präventiven Maßnahmen und gesundheitsorientierten Trainingsangeboten. „Damit hatten wir nicht mehr nur den Versorgungsauftrag gegenüber Kostenträgern und medizinischen Anbietern, die Patienten zu versorgen, sondern wir bewegten uns jetzt auch auf dem kommerziellen Selbstzahler-Markt.“ Der Anspruch dabei: eine Konzentration aufs Wesentliche, eine klare Guideline hinsichtlich der Personalstruktur- und qualität und die konzeptionelle und informative Verknüpfung, durch die ein



Sportwissenschaftler und MedAix-Geschäftsführer Daniel Gier setzt auf eine bundesweite Wachstumsstrategie, um ein interessanter Arbeitgeber zu bleiben. Das ist auch eine strukturelle Herausforderung: „Wir müssen das, was wir aufgebaut haben, so organisieren, dass die Nachwuchsebene, die wir ja pflegen, die Möglichkeit hat, eine Nachfolge anzutreten und das Management zu übernehmen.“

Foto: Heike Lachmann

Patient, der ganz vorne anfängt, irgendwann zum Kunden werden kann. „Wir haben ein interdisziplinäres Team aufgebaut, sodass die Übergänge fließend sind und alle Zahnradchen ineinandergreifen, auch wenn die verschiedenen Einrichtungen rechtlich getrennt voneinander bestehen. Eine komplette Versorgungskette, optimiert im MedAix-Biotop.“ Natürlich werde nicht jeder Patient zum Kunden, räumt Gier ein. „Wenn aus der Physiotherapie ein schmerzfreier Mensch entspringt, der sagt, jetzt könne er wieder drei Mal die Woche Mountainbike fahren und in sein Fitnessstudio gehen, dann haben wir unser Ziel erreicht, ihn für das Leben wieder fit zu machen.“ Gleichwohl

gehe nicht jeder gerne in ein klassisches Fitnessstudio, in dem man eine Mitgliedschaft abschließt und dann mehr oder weniger auf sich selbst gestellt ist. „Viele Kunden kennen den Markt nicht und suchen etwas, wo ihnen gezeigt wird, wie es geht. Wesentliche Bestandteile unseres Konzepts sind individuelle Trainingsberatung und -pläne sowie kontinuierliche Begleitung durch Sportwissenschaftler, Physiotherapeuten und Gesundheitsmanager, die bei uns ein intensives Onboarding durchlaufen“, hebt Gier hervor. „Das MedAix-Training ist ein gesundheitsförderndes Kraft, Ausdauer- und Beweglichkeitstraining. Aber im Prinzip verkaufen wir die Leistung und das Know-how unserer Mit-

arbeitenden und stellen dafür den medizinischen Rahmen und die Geräte zur Verfügung.“ Mit den klassischen Fitnessstudios, wie etwa WOF und Selection Fitness, stünde MedAix kaum in Konkurrenz: „Wir kennen uns alle und ich persönlich schätze die großen Player hier in Aachen sehr.“ Natürlich habe man eine gemeinsame Schnittmenge bei der Kundschaft, „aber es funktioniert, denn jeder formuliert seinen eigenen Fokus“. MedAix spreche vor allem die Menschen an, die aufgrund von anstehenden körperlichen Beschwerden gesundheitsorientiert trainieren möchten oder ein Verständnis dafür entwickelt haben, dass Gesundheit das höchste Gut ist, und dafür einen adäquaten ▶

Dienstleister suchen. „Unsere Zielgruppe im Trainingsbereich ist deswegen überwiegend der ältere Mensch ab 35 Jahren, der typischerweise seine Lebensaufbauphase hinter sich hat, beruflich gesettelt ist und vielleicht auch Kinder hat, und irgendwann merkt, dass er zum Beispiel seinem geliebten Vereinssport nicht mehr so nachgehen kann wie früher, weil er es körperlich und auch zeitlich nicht mehr schafft. Also braucht er eine Alternative.“ Nach oben hin gebe es übrigens keine Altersbegrenzung, MedAix habe viele Kunden, die 70, 80 oder älter sind. „Ich habe letztes noch eine Dame getroffen, die schon 2007 Reha-Sport in der Elisengalerie gemacht hat, sie müsste jetzt etwa 95 Jahre alt sein. Sie kommt immer noch zwei Mal pro Woche zum Training.“

Aachener Firmenlauf: Sport und Bewegung zum Happening machen

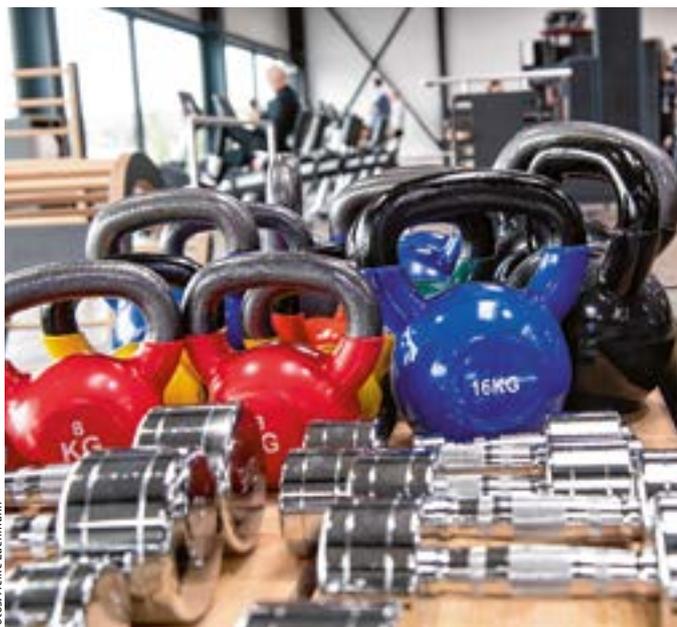
Warum aber fällt es manchen so schwer, zum Training zu gehen? „Man muss heute nicht mehr wissenschaftlich beweisen, dass Sport und Bewegung gesund sind. Aber am Anfang muss man die Hemmschwelle überwinden und dann, um langfristig weiterzumachen, braucht es vor allem Routine, einen festen Platz im Leben.“ Ein niederschwelliger Einstieg sei beispielsweise der Aachener Firmenlauf, den Gier jedes Jahr im September federführend auf die Straße bringt. Dabei sei es völlig egal, ob man laufen kann oder nicht. „Es gibt drei unterschiedliche Distanzen, es ist

immer etwas los am Wegesrand und es ist ein erhebendes Gefühl – persönlich und als Team.“ Gier hatte 2012 zunächst den Hangeweiher-Lauf entwickelt, „um Bewegung in die Breite zu bringen“, bei der Suche nach Sponsoren wurde daraus ein Firmenlauf, um sich von anderen Laufveranstaltungen abzugrenzen. „Das passte gut – als MedAix wollten wir ohnehin als großes, gemeinsames Team auftreten.“ Der Zuspruch sei dann von Anfang an erstaunlich groß gewesen: „Wir haben mit insgesamt 2.500 Leuten losgelegt, bei der zweiten Auflage hatten wir 5.000 Anmeldungen, im darauffolgenden Jahr 6.500 und der Platz wurde viel zu klein.“ Der Firmenlauf wurde schließlich zum Campus Melaten verlegt und – seit der Pause in der Corona-Zeit – findet das Event nun an der Pascalstraße in Oberforstbach statt: „Wir laufen in Richtung Schleckheim, durch die großen Hallen auf dem Schmag-Gelände, und sammeln uns wieder auf dem Parkplatz bei Kisters“, erzählt er. „Das Event nimmt in der Vorbereitung ein Quartal in Anspruch, es ist eine riesige Materialschlacht mit Bühnenaufbau, 150 Firmen-Zelten und Catering für nur drei Stunden, aber es lohnt sich. Es ist ein Event für die Mitarbeitenden und für mich ganz klar auch ein Netzwerkfaktor, schönstes Marketing und Storytelling. So kommt man in die Köpfe der Menschen.“ Dass solche Firmenevents gut funktionieren, hätten nicht zuletzt auch andere, namhafte Agenturen gemerkt, die damit viel Geld verdienen. „Es ist ein Wirtschaftsfaktor, aber

nicht für uns“, sagt Gier und lacht. Er habe schon bei der Planung des ersten Laufs eine gemeinnützige UG ins Leben gerufen – etwa 240.000 Euro betrage die Spendensumme, die die Organisatoren in den letzten zehn Jahren zusammengetragen haben. Und wenn ihn Unternehmen fragen, was sie von einer Beteiligung am Firmenlauf haben, antwortet er: „So viel, wie ihr daraus macht. Ich biete die Plattform, aber ihr müsst es leben und dann wird ein Spirit daraus.“ Das beste Beispiel: „Das Luisenhospital bietet seinen Mitarbeitenden Laufvorbereitungskurse und Workshops an und drei Wochen vorher gibt es in der Kantine das Firmenlauf-Menü – damit erzeugen sie einen echten Impact.“

MedAix setzt auf eine bundesweite Wachstumsstrategie

2015 expandierte MedAix nach Köln und in die Eifel. „Unser Wachstum sehen wir als firmenpolitische Aufgabe“, sagt der Geschäftsführer. Gerade für die Branche der Gesundheitstrainings- und Physiotherapieanbieter sei es wichtig, Karrierechancen zu ermöglichen. „Es ist ein generelles Problem der Gesundheitsbranche, dass Berufsstände, die so elementar an der Gesundheitsversorgung der Bevölkerung arbeiten, nicht ausreichend bezahlt wurden – erst in den letzten Jahren hat sich das etwas gewandelt“, führt Gier aus. „Damals aber, aus der Perspektive heraus, dass wir unseren Kollegen etwas bieten müssen, damit sie Interesse haben, unser System



Fotos: Heike Luchmann

Kraftaufbau für die Gesundheit: Bei MedAix ist das mit kompetenter Begleitung möglich.



Gesundheit am laufenden Band: Um bis ins reife Alter fit zu bleiben, ist regelmäßiges Cardio-Training wichtig.

mitzutragen, damit sie am Ball bleiben und uns bloß nicht verlassen, haben wir überlegt, dass wir wachsen müssen. Wachstum ist das Mittel, um ein möglichst interessanter Arbeitgeber zu sein, um vielfältige Arbeitsinhalte anbieten zu können und Karrieremöglichkeiten zu schaffen, indem sich Mitarbeitende zu Führungspersönlichkeiten weiterentwickeln und sie Teams und Standorte leiten können.“ Für die Physiotherapiepraxis an der Eifelklinik in Simmerath habe man beispielsweise zwei Mitarbeitenden, die von Anfang an dabei waren und den Standort Laurensberg leiteten, eine geschäftsführende Tätigkeit als nächsten Entwicklungssprung angeboten, und anschließend seien dann wiederum zwei Mitarbeitende in Laurensberg in die leitende Position aufgestiegen. „So haben wir es auch in Köln, Heinsberg, Düren und Mönchengladbach gehandhabt“, zählt Gier die Standorte auf, die bis in die Corona-Zeit die MedAix-Gruppe erweiterten. Zusätzlich wurde in dieser Zeit der Neubau am Standort Aachen-Brand entwickelt, der nicht nur die Kombination aus Reha-Sport, Physiotherapie und Training beheimatet, sondern heute auch als moderne Firmenzentrale dient. „Die Entscheidung war vor der Krise gefallen und die Eröffnung erfolgte Anfang 2021. Das hat uns ordentlich strapaziert, aber es geht uns gut, wir haben kein wirtschaftliches Dilemma. Allerdings wurden uns 2,5 Jahre Wachstum genommen – nicht beim Standortwachstum, sondern beim Kundenwachstum, das wir jetzt sukzessive aufholen.“

In der Denksportzentrale, so nennt Gier die Verwaltung der Unternehmensgruppe, habe man im vergangenen Jahr begonnen, sich intensiv mit einer Firmentransformation zu beschäftigen. „Die Expansion hat darin gemündet, dass jeder Standort für sich selbst eine formelle Gründung hatte, und zusätzlich müssen die verschiedenen Arbeitsbereiche, Training und Physiotherapie, nochmals formal getrennt werden.“ 2023 habe man deshalb bereits bei elf Standorten mit circa 38 Firmen unterschiedlicher Rechtsformen gelegen, die MedAix betreut und managt. „Wenn man auf die 50 Jahre zugeht, muss man sich überlegen, was in zehn bis 15 Jahren mit dem Unternehmen passiert“, erklärt der Geschäftsführer. „Wir müssen das, was wir aufgebaut haben, so strukturieren und organisieren, dass die Nachwuchsebene, die wir ja pflegen, die Mög-



Buchstäblich zum Rückgrat von MedAix zählen die Gesundheitskurse.

lichkeit hat, eine Nachfolge anzutreten und das Management zu übernehmen. Das ist gerade unsere große strukturelle Herausforderung.“ Gleichermaßen habe man allein im letzten Jahr, seit dem Sommer, acht weitere Physiotherapiepraxen neu gegründet oder gekauft. „Wir erzeugen hier ein kleines Turbowachstum – wir gehen nicht mehr nur zwiebel förmig von Aachen aus, sondern gehen in ganz Deutschland an den Start.“ Bei der bundesweiten Wachstumsstrategie stehe vor allem die Idee im Rücken, die spezielle MedX-Therapie an weiteren Standorten zu installieren. „Wir bieten die Therapie bestehenden orthopädischen Versorgern an und sagen, dass die MedX-Methode an unseren Alt-Standorten sehr gut funktioniert und dass wir das gerne auch in Heilbronn, Moers, Krefeld oder in München umsetzen würden.“ In den nächsten Jahren sollen auf diese Weise noch einige Standorte folgen. In die Hände spielt der MedAix-Gruppe, die mittlerweile von Gier, Stojanovic und Dirk Eiteneuer geführt wird, dass auch viele Physiotherapiepraxen ihre Nachfolge absichern wollen. „In der Physiotherapie haben wir es in der breiten Masse mit kleinen Praxen zu tun, bei denen der Inhaber noch selbst 80 Stunden an der Bank arbeitet und der die entsprechende Kundennachfrage durch zwei bis sieben Mitarbeitende versorgt.“

Während die Nachfrage nach physiotherapeutischen Maßnahmen immer weiter steigt, gebe es immer weniger Fachkräfte, die den

Beruf ausüben. „Der demografische Wandel ist in vollem Gange und das merken wir“, erklärt Gier. In der Physiotherapie habe der Fachkräftemangel drastisch zugeschlagen – es gebe eine Unterdeckung zwischen 20 und 25 Prozent. „Man muss heute die Frage stellen: Wer versorgt die Patienten von morgen? Das ist ein großes Problem und das Problem hat die gesamte Gesundheitsbranche.“ Die Versorgungsstruktur in Deutschland auf den verschiedenen therapeutischen und pflegerischen Ebenen scheitere am Personal. In der Pflege sei das Problem durch die mediale Begleitung omnipräsent, alle anderen Bereiche seien jedoch kaum in der Wahrnehmung. Es gebe in der Physiotherapie auch bei MedAix Wartelisten von drei Wochen bis drei Monaten, obwohl man als Kassenpatient eine Verordnung erhält, die nur zehn Tage gültig ist. „Sie können sich vorstellen, was hier los ist. Wir selbst verzeichnen zehn Prozent Unterdeckung“, bekräftigt der Geschäftsführer der MedAix-Gruppe, die insgesamt 460 Mitarbeitende beschäftigt. „Wir würden gerne auf 500 aufrunden“, sagt er und fügt hinzu: „Ein Resultat dieses Personalthemas ist, dass wir Ende 2022 die Aachener Physiotherapie-Schule ins Leben gerufen haben. Es wird nicht genügend ausgebildet.“ Die Nachfrage für die Ausbildung sei schließlich vorhanden: „Innerhalb von zwei Wochen hatten wir 100 Bewerber.“ MedAix sei nicht nur Dienstleister, betont Gier, sondern versuche auch den Markt inhaltlich zu verändern und mitzugestalten. „Die Denksportzentrale ist immer in Bewegung.“ ■

Foto: Heike Luchmann



Foto: Stephan Johnen

Fest im Sattel: Claudia Whittington und ihr Team setzen bei GOTHE auf Beratung und Service.

Die E-Bikes sorgen für richtig Schwung

Radfahren hat sich zum Ausdauersport für jedes Alter entwickelt. Fahrradhändler wie GOTHE in Düren profitieren davon, dass es sich nicht so anfühlt wie Sport.

VON STEPHAN JOHNNEN

Was ist die beste Sportart für Sportmuffel? Radfahren! Schon allein aus dem Grund, weil ein Großteil aller Menschen, die sich (wieder) aufs Rad schwingen, dies gar nicht so bewusst oder vorrangig mit Sport verbindet. Ob Sport-Enthusiast oder Sport-Muffel – Fahrradfahren tun wir alle gerne. „Die meisten Menschen sehen Radfahren nicht als Sport. Wer sich bei uns beraten

lässt, möchte etwas in seiner Freizeit erleben, Zeit mit der Familie in der Natur verbringen, oder sieht das Fahrrad als Alternative zum Auto, als umweltfreundliche Erweiterung des Fuhrparks“, sagt Claudia Whittington, die mit ihrem Ehemann Paul den Dürener Fahrradhändler GOTHE führt – ein Traditionsunternehmen im Familienbesitz. Und dennoch hat sich Radfahren in den vergangenen Jahren „zum Ausdauersport für jedes Alter entwickelt“, bilanziert beispielsweise die Techniker Krankenkasse.

Ob als Sport betrieben oder nicht: Radfahren schont die Gelenke, stärkt das Herz-Kreislauf-System und trainiert eine Reihe von Muskelgruppen.

Freizeit, Lebensfreude und Spaß

Die Händlerin hat eine weitere Erklärung dafür, warum Fahrradfahren zwar viel mit Sport zu tun hat, aber gar nicht so empfunden wird (von der Gemeinde der eingefleischten Rennradfahrer und Mountainbiker einmal abgesehen): „Beim Radfahren gibt ▶



es nicht dieses Drill-Gefühl, dass man trainieren muss. Es ist zudem gesundheitlich unproblematisch, es können auch Menschen Radfahren, die untrainiert sind oder ein neues Knie bekommen haben. Ein Fahrrad ist einfach ein wunderschönes Produkt. Wir verkaufen neben der Technik sozusagen Freizeit, Lebensfreude und Spaß", sagt sie.

Diese (breitensportliche) Betätigung auf zwei Rädern kann durchaus als gesellschaftlicher Trend bezeichnet werden – richtig Schwung kam in die Sache mit der breiten Akzeptanz der „Pedelecs“ (Pedal Electric Cycle), die in täglichen Sprachgebrauch gerne E-Bikes genannt werden – obwohl die Bezeichnung nicht passt. Bei einem Pedelec erhält der Radfahrer nämlich nur dann Unterstützung durch einen Elektromotor, sobald er oder sie in die Pedale tritt. Ein E-Bike hingegen fährt auf Knopfdruck, auch ohne die Zugabe eigener Muskelkraft. Fast jedes vierte Fahrrad, das in Düren verkauft wird, ist mittlerweile ein Pedelec, aber kein einziges E-Bike. „Dennoch hat sich die Bezeichnung durchgesetzt“, sagt die Fahrrad-Fachfrau. Bleiben wir also fortan beim E-Bike, auch wenn das Pedelec gemeint ist.

Der Siegeszug der elektromotorisierten Fahrräder begann zwar schon vor der COVID-19-Pandemie, doch nach dem ersten Lockdown explodierte die Nachfrage. „Wir haben – wie die gesamte Branche – alles verkauft, was da war“, blickt Claudia Whittington auf Frühjahr/Sommer 2020 zurück. Kinderrad,

INFO

Fahrrad Gothe

Seit dem Jahr 2000 bieten Paul und Claudia Whittington und ihr Team im Gewerbegebiet „Im Großen Tal“ auf über 3.000 Quadratmetern alles, was Radfahren noch schöner macht: Neben einer großen Auswahl an Fahrrädern und E-Bikes für die ganze Familie (über 4.000 Stück am Lager) gibt es eine kompetente Beratung zu Fahrrädern und Zubehör. Zum Angebot gehören auch viele Marken bei Zubehör und Bekleidung und eine TÜV-zertifizierte Werkstatt.

Trekkingrad, E-Rad: Die Fahrräder konnten nicht schnell genug aus den Kartons geholt und montiert werden, so groß war die Nachfrage. Eine Nation, die plötzlich nicht mehr in den Urlaub fliegen konnte, entdeckte das Radfahren wieder für sich. Fußball, Urlaub, Fitness – alles war verboten, es fehlten die Alternativen. Nur Radfahren und Wandern waren noch erlaubt, kann der Boom leicht erklärt werden. Den letzten, wenn auch deutlich kleineren, „Ausnahmestand“ habe es 1997 gegeben, als Jan Ullrich die Tour de France gewann.

„Während dieser Zeit sind wir körperlich und menschlich ans Limit gegangen“, blickt das Team von Fahrrad GOTHE auf die Zeit nach dem ersten Lockdown zurück. Wie bei der

sprichwörtlichen „Schlacht am kalten Büfett“ seien viele Geschäfte nahezu überrannt worden, auch bei Gothe war zunächst niemand darauf vorbereitet, mit welcher Intensität sich der aufgestaute Konsum- und Freizeitwille kanalisiert. Es gab einen Einkaufstourismus, Kunden nahmen zum Teil Wartezeiten auf sich, um überhaupt noch ein Fahrrad zu ergattern. Nicht zuletzt aufgrund vieler stornierter Reisen und Urlaube lag in vielen Haushalten noch Geld auf dem Konto – das beispielsweise in Fahrräder investiert werden sollte. Neben der extrem hohen Nachfrage auf der einen Seite kamen aber zunehmend Pandemie-bedingte Lieferengpässe von Ersatzteilen, gesprengte Lieferketten bei Zulieferern der Fahrradhersteller oder See-Container hinzu, die wochenlang in Häfen feststeckten. Eine unerfreuliche Mischung. „Wir hatten ganz oft keine Auswahl, keine Ware oder keine Alternativen“, möchte Claudia Whittington solche Monate lieber nie mehr erleben. Denn die größten Absatzrekorde sind kein Gewinn, wenn die eigentlichen Pluspunkte des Fachhandels auf der Strecke bleiben, bilanziert die Händlerin: „Wir konnten unsere Kompetenzen Auswahl, Beratung und Service nicht ausspielen.“

Keine Ebbe nach Corona

Nach dem Corona-Boom setzte aber keine Ebbe ein. „Die Nachfrage hat sich zwar etwas abgeschwächt, aber auf hohem Niveau stabilisiert“, bilanziert die Expertin. Ein höherer Output an Fahrrädern sei von den Herstellern aktuell auch kaum zu realisieren. Klarer Sieger der Pandemie: das E-Bike. Auch seitdem Ende 2022 wieder alles ohne nennenswerte Engpässe lieferbar war, steigen die Verkaufszahlen der E-Bikes weiter an. „In der Beratung versuchen wir herauszufinden, welches Rad mit welcher Technik zu den Kundinnen und Kunden passt“, erklärt Verkaufsberaterin Heike Roth. Doch egal, ob jemand mit dem Rad anstelle des Autos zur Arbeit fahren möchte, lange Touren am Wochenende plant oder eigentlich nur etwas für die „Kurzstrecke“ zum Bäcker sucht, was ein klassisches Einsatzgebiet für das rein muskelbetriebene Fahrrad ist: E-Bikes stünden auf der Nachfrageseite mittlerweile fast automatisch hoch im Kurs. „Ganz oft sind Empfehlungen von Freunden, die sich während der Pandemie ein E-Bike gekauft haben, ein Thema“, sagt Heike Roth. Es gebe auch Menschen, die sagen:



Foto: Stephan Jöhnen

Im Dürener Gewerbegebiet „Im Großen Tal“ bietet GOTHE auf über 3.000 Quadratmetern alles, was Radfahren noch schöner macht.

„Ich bin lange nicht mehr gefahren, wenn ich mich jetzt aufs Rad setze, möchte ich Spaß pur erleben.“ Wurden vor einigen Jahren E-Bikes noch als „Seniorenrad“ belächelt, hätten sich solche Vorurteile verflüchtigt. „In jeder Altersgruppe ist dieser Fahrradtyp immer beliebter“, weiß die Beraterin. Die Frage, welche Rechtfertigung ein „E-Bike“ im Vergleich zum „Bio-Bike“ habe, werde im Grunde gar nicht mehr gestellt.

„Jeder Kilometer auf einem Rad ist besser als auf der Couch zu sitzen“, sagen Heike Roth und Claudia Whittington augenzwinkernd. Und Fakt sei: Selbst wer als Einsteiger zum E-Bike greift, lege meist ganz automatisch mehr Kilometer zurück, traue sich längere und anspruchsvollere Strecken zu – und trainiere damit den eigenen Körper. „Sportlichkeit und E-Bike sind keine Widersprüche. Gerade im Mountainbike-Bereich. Das E-Bike bringt mich auf Berge hinauf, an denen ich sonst nur vorbeigefahren wäre“, sagt Heike Roth. Apropos Mountainbikes: Die Erfindung dieser neuen Räder habe Ende der 80er-/Anfang der 90er-Jahre aus einem reinen Fortbewegungsmittel ein Freizeitsportgerät gemacht. Fahrräder werden seitdem so gebaut, dass die Nutzer bequem darauf sitzen. Ergonomie und Komfort waren erstmals ein zentrales Thema – von Griffen, Sätteln und den Pedalen über die gut abrollenden Gummimischungen der Reifen bis zur Klingel runter. Einen solchen Entwicklungsschub in Richtung Technik und Ergonomie hätten erneut die E-Bikes ausgelöst, herrscht im GOTHE-Team Einigkeit.

Claudia Whittington ist überzeugt davon, dass die E-Bikes auch eine große Rolle beim Umstieg vom Auto auf alternative Verkehrsmittel spielen werden. „Hier bedarf es aber auch einer Verbesserung der Fahrradinfrastruktur – sei es in der Verkehrsplanung oder bei den Unternehmen, die Umkleiden und Duschen zur Verfügung stellen sollten, um einen Umstieg zu erleichtern“, sagt sie. Ein weiterer Baustein zum Erfolg kann das Bike-Leasing sein. „Wir bieten diesen Service seit mehr als zehn Jahren an, es hat aber fast genauso lange gebraucht, bis das Thema breitere Anerkennung gefunden hat“, läßt Claudia Whittington Unter-



Foto:Stephan Johnen

Perfekt gewartet: Neben Beratung und Verkauf gibt es bei GOTHE auch eine Werkstatt. Damit unterwegs alles rund läuft.

nehmen dazu ein, sich von den Vorteilen eines Dienstrad-Leasings zu überzeugen. „So ein Angebot ist ein tolles Werkzeug, um Mitarbeitende zu binden und neue Fachkräfte zu gewinnen“, ist die Leasingberaterin überzeugt, die Unternehmen bei der Einführung eines Job-Rad-Angebots unterstützt. Das A

und O sei eine gute Planung im Voraus – und eine klare Kommunikation ins Unternehmen hinein. Als Dienstleister beispielsweise sucht sie aus 14 verschiedenen Leasinggesellschaften die aus, die am besten zu den Zielen und Vorstellungen des Unternehmens passt. Eine Rolle bei den Vorbereitungen spielt beispielsweise, ob es nur einen Standort oder mehrere Niederlassungen gibt, ob der Arbeitgeber einen Obolus hinzugeben möchte oder ob es tarifrechtliche Vorgaben zur Entgeltumwandlung gibt. Die gesamte Abwicklung (Auswahl der Räder durch die Mitarbeitenden, Auslieferung, Beratung, Inspektion) läuft über den Händler und die Leasinggesellschaft. „Wie geht es und wer soll es tun? Bei diesen beiden oft gestellten Fragen können wir Unternehmen die Berührungspunkte nehmen“, versichert Claudia Whittington. Ist der Entschluss gefasst und sind alle Vorarbeiten erledigt, sollte die Einführung eines Bike-Leasings von den Unternehmen auch gerne hochzufiziell an die große Glocke gehängt werden – vom Radfahren kann das betriebliche Gesundheitsmanagement ebenso profitieren wie das Recruiting. Claudia Whittington: „Größte Gewinner sind aber sicherlich die Mitarbeitenden.“ ■



Foto:Stephan Johnen

Helme für jeden Kopf: Bei GOTHE gibt es neben Fahrrädern auch jegliches Zubehör rund ums Rad.



Werbung für das Einstein-Teleskop in Berlin

► Vertreter aus der Region Aachen und der Euregio Maas-Rhein haben – unter anderem bei deutschen Bundestagsabgeordneten in Berlin – ihre grenzüberschreitende Zusammenarbeit vorgestellt. Dabei warben sie auch um Unterstützung für das Projekt des Einstein-Teleskops, für das als möglicher Standort das deutsch-belgisch-niederländische Dreiländereck derzeit mit Sardinien konkurriert. Gerade hat die Wallonische Region zehn Millionen Euro für vier neue Forschungsprojekte freigemacht, um die Bewerbung der Euregio Maas-Rhein für das Einstein-Teleskop zu unterstützen. Eine Entscheidung über den Standort soll 2026 getroffen werden.

Neues Busdepot in Lüttich

► 105 Millionen Euro investiert die wallonische Regierung in ein Busdepot für Elektrobusse. Standort des genannten Mobi'park ist Tilleur bei Lüttich. Zur Investition in ein besseres Klima gehören neben der neuen Straßenbahn jetzt ebenfalls 32 Elektrobusse, 34 Ladestationen sowie ein Wartungszentrum.

Neue Tourismusstrategie für Ostbelgien

► Die Deutschsprachige Gemeinschaft Ostbelgiens arbeitet an einer neuen Tourismusstrategie. Es geht um die Attraktivität der Region. Eine Beratungsfirma aus München und Berlin soll den Prozess fachlich begleiten. Alle Gemeinden und Akteure, die im ostbelgischen Tourismus tätig sind, werden in den verschiedenen Phasen mit einbezogen. Das finale Strategiepapier soll im Herbst dieses Jahres vorgestellt werden.

kurz & bündig NACHRICHTEN AUS DER EUREGIO



Cover: Grenz-Echo-Verlag

Rolf Minderjahn:
„55 Terrassen im Dreiländereck“
Grenz-Echo Verlag 2024
109 Seiten, 15 Euro

Schönheiten im Dreiländereck

► „55 Terrassen im Dreiländereck“ ist kein herkömmlicher Reiseführer. Es ist vielmehr ein Wegweiser zu außergewöhnlichen Aussichtspunkten und Erholungsorten in Belgien, den Niederlanden und Deutschland. Der Autor Rolf Minderjahn hat bereits eine halbes Dutzend Reiseführer aus der Euregio – zu Maastricht, Lüttich, Aachen, der Städteregion, Süd-Limburg sowie den Ardennen – verfasst. Ihm geht es nicht um ein Ranking oder kulinarische Empfehlungen. Stattdessen legt er den Fokus auf das Erlebnis und die Geschichten hinter diesen besonderen Orten. Einige der vorgestellten Terrassen sind lokale Geheimtipps, andere erfordern eine kleine Entdeckungsreise.

Neue Fördertöpfe der Interreg Maas-Rhein

► Das Interreg Maas-Rhein-Programm hat eine neue Ausschreibung für grenzüberschreitende Projekte gestartet. Damit können Unternehmen mehr als 55 Millionen EU-Fördermittel für die Zusammenarbeit mit Nachbarländern in Anspruch nehmen. Die Ausschreibung deckt ein breites Themenspektrum ab: industrieller Wandel, grüne Transformation, gesündere Ernährung, Tourismus in einer hochwertigen Region sowie Leben und Arbeiten ohne Grenzen. Die Finanzierung ist explizit für Projekte gedacht, die sich positiv auf eines dieser Themen auswirken und einen

Mehrwert für die gesamte Grenzregion bieten. Das Projektkonsortium muss aus mindestens zwei der drei Programmländer bestehen. Ein Beispiel in der Vergangenheit war das Rolling Solar-Projekt, bei dem Forschungsinstitute und technische Unternehmen aus den Niederlanden, Belgien und Deutschland zusammengearbeitet haben, um Solarzellenmaterial zu entwickeln, das auf flexiblen Materialien mit einer Länge von bis zu mehreren hundert Metern hergestellt werden kann. Damit lässt sich im großen Maßstab nachhaltige Energie verbrauchsnahe erzeugen.

Mosa Meat eröffnet Pilotfabrik auf dem Brightlands-Campus

► Der Maastrichter Rindfleischproduzent Mosa Meat hat in einer Investitionsrunde mehr als 40 Millionen Euro eingesammelt. Der Pionier des durch Zellprozesse künstlich hergestellten Rindfleischs bereitet sich damit auf den Eintritt in den Verbrauchermarkt vor. Zu den Investoren gehören öffentliche wie die regionale Entwicklungsgesellschaft LIOF,

der Limburgs Energy Fund (LEF) und andere Partner aus dem traditionellen Fleischsektor. Auf dem Brightlands Maastricht Health Campus wurde zu diesem Zweck eine Pilotfabrik eröffnet. Hier soll die Produktion von hunderttausend Burgern starten und innerhalb von drei Jahren auf Millionen Burger gesteigert werden.

Unterstützung für lokalen Handel in der Wallonie

► 20 Prozent der Geschäftsflächen in den Stadtzentren der Wallonie stehen leer. Um den Trend zu stoppen, hat sich die wallonische Regierung jetzt zum Handeln entschlossen. Ein Programm namens „Formation-Commerces“ soll lokale Geschäfte in ihrer Entwicklung und Wider-

standsfähigkeit unterstützen und maßgeschneidert begleiten. Eine Ausweitung erfährt das Programm in diesem Jahr für neun von den Überschwemmungen betroffene Städte wie Eupen, Limburg und Verviers.

Ostbelgische Sterne-Köchin bei Olympia in Paris

► Die Sterne-Köchin Ricarda Grommes vom Sterne-Restaurant „Quadrans“ aus St. Vith gehört zu einem dreiköpfigen Team belgischer Spitzenköche, das während der Olympischen Spiele in Paris im sogenannten „Lotto Belgium House“ in den eleganten Pariser Salons Hoche kochen wird. Vom 7. bis 11. August vertritt sie mit ihrem Team die Wallonie und

die Deutschsprachige Gemeinschaft. Täglich muss das ostbelgische Küchenteam mit der Unterstützung von einem Partyservice aus Brüssel 300 Gerichte auf den Tisch bringen.

@ www.lottobelgiumhouse.be

Mini-Atomkraftwerke in Sittard

► Bei unseren niederländischen Nachbarn steht man der Atomkraft als Energieträger positiver gegenüber, zumal hiermit auch der CO₂-Ausstoß gesenkt wird. Daher möchte die niederländische Regierung nicht nur die Laufzeit des 50 Jahre alten Meilers in Borssele verlängern, sondern denkt auch über den Bau zweier zusätzlicher Atomkraftwerke in der Provinz Zeeland nach. Hinzu kommen Ideen für Mini-Atomkraftwerke, sogenannte Small Modular Reactors (SMR). Hierzu hat die limburgi-

sche Provinzregierung eine SMR-Allianz gegründet. Neben der Forschung und der Suche nach möglichen Investoren soll vor allem eine Debatte angestoßen und die gesellschaftliche Stimmung ausgelotet werden. Ein möglicher Standort wäre Süd-Limburg. Hier steht in Sittard-Geleen mit Chemelot und seinem enormen Energiebedarf einer der größten Industrieparks der Niederlande. Chemelot unterstützt die Pläne und ist Teil der Allianz.





Innovationen aus der Lasertechnik für die Industrie: Finalisten erhalten „Innovation Award Laser Technology 2024“ im Aachener Rathaus

► Preisträger des mit 10.000 Euro dotierten Innovation Award Laser Technology 2024 ist Edwin Büchter, Mitgründer und Geschäftsführer der cleansort GmbH in Rösrath. Der Award wurde seitens des Arbeitskreis Lasertechnik e. V. und des European Laser Institute ELI e. V. im Krönungssaal des Aachener Rathauses verliehen. Büchter und sein Team haben mit der Innovation „Laserbasierte Sortieranlage für das ressourcenschonende Wertstoffrecycling“ den ersten Platz in dem offenen Wettbewerb belegt. Die zehnköpfige internationale Jury wählte drei herausragende Finalisten aus den Bewerbungen aus. Rund 350 Gäste wohnten der Preisverleihung bei. Der Innovation Award Laser Technology wird alle zwei Jahre an Laserhersteller und -anwender sowie an Forscher und Entwickler verliehen, die eine lasertechnische Innovation erfolgreich von der anwendungs-

orientierten Forschung zur industriellen Umsetzung gebracht haben. Verliehen wird der Award vom Arbeitskreis Lasertechnik AKL e. V., einem Netzwerk von rund 200 Laserexperten, und dem European Laser Institute ELI e. V., einer Plattform, die Expertise und Wissen über optische Technologien bündelt. Zum Gewinnerteam gehörten neben Büchter auch Philipp Soest und Dr. Winfried Barkhausen, ebenfalls von der cleansort GmbH, sowie Josef Tholen von der Clean-Lasersysteme GmbH in Herzogenrath. Das Thema des Preisträgerprojekts 2024 ist die effiziente Reinigung, Analyse und Sortierung von oberflächenverunreinigtem Metallschrott in einem Schritt. Das Cleansort-Verfahren erhöht die Ressourceneffizienz und reduziert Material- und Energiekosten sowie Treibhausgasemissionen. Das Verfahren hat Anwendungsmöglichkeiten in verschiedenen Branchen, von

der Automobilindustrie über die Luftfahrtindustrie bis hin zu Müllverbrennungsanlagen. Es ermöglicht die Wiederverwertung aller Metallarten ohne Sortierung und Verluste und ist damit ein wichtiger Schritt in Richtung einer nachhaltigen Kreislaufwirtschaft. Der zweite Platz ging an die AUDI AG und die Precitec GmbH & Co. KG für ein ganzheitliches Laserstrahl-Remote-Schweißverfahren, das derzeit bei Audi in der Prototypenfertigung eingesetzt wird. Den dritten Platz belegt das Projekt „CANUNDA – Hochskalierbare Laserbearbeitung mit Strahlformung“ von Calilabs aus Rennes, Frankreich. Das nominierte Projekt ist die Kommerzialisierung der Multi-Plane Light Conversion (MPLC) für die Hochleistungs-Lasermaterialbearbeitung. Seit 2018 wird MPLC unter dem Namen CANUNDA erfolgreich in der Lasermaterialbearbeitung eingesetzt.



Foto: Andreas Steindl

Das Gewinnerteam rund um Edwin Büchter (3. v. r.) von der cleansort GmbH erhält den „Innovation Award Laser Technology 2024“, der alle zwei Jahre an Laserhersteller und -anwender sowie an Forscher und Entwickler verliehen wird, die eine lasertechnische Innovation erfolgreich von der anwendungsorientierten Forschung zur industriellen Umsetzung gebracht haben.



Foto: Patricia Lucas

Immer gut besucht und hervorragend geeignet für Kontakte: der Stand von „aachen1a – drei Länder, ein Standort“ auf der EXPO REAL in München.

aachen1a auf der EXPO REAL 2024: Jetzt Mitaussteller werden!

► Seit vielen Jahren zählt der grün leuchtende Stand von „aachen1a – drei Länder, ein Standort“ zu einer festen Größe auf Europas größter Immobilienmesse, der EXPO REAL in München. In diesem Jahr findet die Messe von Montag, 7. Oktober bis Mittwoch, 9. Oktober in München statt. Der Stand bietet ideale Voraussetzungen, aktuelle Herausforderungen zu diskutieren, konkrete Projekte anzustoßen, persönliche Netzwerke zu erweitern und neue Kunden zu gewinnen. Jahr für Jahr entscheiden sich über 25 Unternehmen und Institutionen aus der Städteregion Aachen, den Kreisen Düren, Euskirchen und Heinsberg sowie Süd



Limburg in den Niederlanden und Ostbelgien für eine Standpartnerschaft. Jetzt können sich Unternehmen aus der Region melden, um Teil der Standgemeinschaft von aachen1a zu werden. Eine Standpartnerschaft bei „aachen1a“ bietet: einen Messestand und Infrastruktur für Gespräche und Kontakte, einen Grundeintrag im Messekatalog, zwei Ausstellerausweise pro

Mitaussteller, die Nennung auf der Einladung sowie ein Logo am Stand, Öffentlichkeitsarbeit vor, während und nach der Messe, hochwertiges Catering am Stand, die Präsentation von Projekten, die Teilnahme und Präsentation im Dialog-Forum der Region und ein Rahmenprogramm.

@ www.1aachen.com

i **IHK-Ansprechpartner:**
Philipp Piecha
Tel.: 0241 4460-270
philipp.piecha@aachen.ihk.de

VALERES
building your future



Seit 30 Jahren ist VALERES Industriebau GmbH der Spezialist für die Erstellung von industriell sowie gewerblich genutzten **schlüsselfertigen Gebäuden** für klein- und mittelständische Unternehmen.

Von der ersten Entwurfsskizze bis zur Fertigstellung Ihrer Gewerbeimmobilie ist VALERES Ihr Ansprechpartner.

Wir machen es einfach!



VALERES Industriebau GmbH • Karl-Carstens-Straße 11 • tel. +49 (0) 2405-44 96 0 • fax +49 (0) 2405-938 23 • info@valeres.de • www.valeres.de



Coworking-Space „worqs“ eröffnet in Baesweiler



Foto: its

Coworking-Spaces sind immer beliebter geworden – jetzt gibt es auch in Baesweiler ein „worqs Coworking Space“ von der cowork AG. Dirk Pfeifferling, Katharina Korte, Michaela Hrabec und Pierre Froesch (v. l.) freuen sich über die Eröffnung.

► Auf der zweiten Etage des Internationalen Technologie- und Service-Centers (its) in Baesweiler ist der erste Coworking-Space eröffnet worden. Hier können Privatpersonen und Unternehmen 24/7 mit flexiblen Tarifen einen modernen, mit digitaler Infrastruktur ausgestatteten Arbeitsplatz buchen und nutzen. Betrieben wird der „worqs Coworking Space“ von der cowork AG, die bundesweit feste und flexible Arbeitsplätze sowie Meeting-Räume vermietet, unter anderem auch in Aachen und Düren. Im its kann man dabei aus vier unterschiedlichen Angeboten wählen: Im Rahmen einer monatlich kündbaren Mitgliedschaft können die Arbeitsplätze und Gemeinschaftsbereiche des Coworking-Space genutzt werden. Optional kann auch ein fest zugewiesener Schreibtisch gebucht werden. Ebenso ist ein „Private Office“ nutzbar, also ein eigenes, ausgestattetes Büro für Selbstständige oder ganze Teams. Zudem gibt es Seminar- und Meetingräume, die reserviert werden können. Ein weiteres Angebot nennt sich „Virtual Office“ in Form einer Firmenadresse und eines Postempfangs, zum Beispiel für die Gründung eines Unternehmens oder für Selbstständige, die ortsunabhängig arbeiten wollen, aber eine feste Geschäftsadresse benötigen. Die Nutzer erhalten dadurch die Möglichkeit, im worqs zu wachsen – vom Briefkasten über einzelne Tische bis hin zum Büro.

Sport als wichtiger Tourismus- und Wirtschaftsfaktor

► Rund 100 Gäste sind der Einladung der IHK Aachen und des aachen tourist service e. V. zum Jahresempfang für Tourismus und Gastgewerbe der Region Aachen, Düren, Euskirchen und Heinsberg ins MIN 51 nach Aachen gefolgt. Der Fokus der Diskussions- und Netzwerkveranstaltung lag auf dem Thema Sport als Tourismus- und Wirtschaftsfaktor. Nach dem Grußwort von Aachens Oberbürgermeisterin Sibylle Keupen zeigte Professor Dr. Christoph Breuer von der Deut-

schen Sporthochschule Köln auf, wie Großevents – etwa die kommende Fußball Europameisterschaft in Deutschland oder der CHIO in Aachen – Wertschöpfung erzeugen. In der anschließenden Podiumsrunde mit Birgit Rosenberg, Vorstand des Aachen-Laurensberger Rennverein e. V. (ALRV), Dr. Markus Kremer, Beigeordneter der Stadt Aachen, Thomas Hissel, Beigeordneter der Stadt Düren, und Wolfgang Winkler, Vorsitzender des DEHOGA, wurden die Pläne zur Pferdesport-

Weltmeisterschaft 2026 in Aachen und zum Masterplan Sportpark Soers vorgestellt und diskutiert. Deutlich wurde, dass Sportförderung durch Strukturmittel wirtschaftliche Effekte für die Region bringt. Nicht nur bei Sportevents, sondern grundsätzlich im Hotel- und Gastgewerbe ist die Nachfrage in der Region aktuell gut. 2023 verzeichnete die Region 3,5 Millionen Übernachtungen. Um diese Nachfrage optimal bedienen zu können, gilt es gemeinsam weitere Lösungen für die Herausforderungen der Branche voranzutreiben. Herausforderungen sind zum Beispiel die hohen Energie- und Lebensmittelkosten, Personal zu binden und zu finden sowie die digitale und nachhaltige Transformation effizient zu nutzen. Fazit des Abends: Sport-Events sind ein wichtiger wirtschaftliche Faktor für die Region. Sie erzeugen positive Effekte für den Handel, die Gastronomie und die Hotellerie und können auch eine wichtige Rolle bei der Transformation der Innenstädte spielen.



Foto: Heike Lachmann

Sie stehen gemeinsam für einen starken Sportstandort (von links nach rechts): Caroline Noerenberg (ats), Sibylle Keupen (Oberbürgermeisterin Stadt Aachen), Thomas Hissel (Stadt Düren), Prof. Dr. Christoph Breuer (Deutsche Sporthochschule Köln), Philipp Piecha (IHK Aachen), Dr. Markus Kremer (Stadt Aachen), Katrin Hissel (ats), Wolfgang Winkler (DEHOGA Aachen), Birgit Rosenberg (ALRV).



IHK-Ansprechpartner:
Philipp Piecha
Tel.: 0241 4460-270
philipp.piecha@aachen.ihk.de



Foto: Andreas Schmittner

Eröffnung des neuen Profilbereichs „Built and Lived Environment“ der RWTH mit (von links) Professor Thomas Wintgens, Aachens Oberbürgermeisterin Sibylle Keupen, NRW-Wissenschaftsministerin Ina Brandes, RWTH-Rektor Professor Ulrich Rüdiger, BLE-Sprecher Professor Frank Lohrberg, Professorin Agnes Förster und Dr. Ayca Sancar.

Lebenswelten nachhaltiger, klimagerechter und ressourcenschonender gestalten: Neuer Profilbereich „Built and Lived Environment“ eröffnet an der RWTH

► Das Bauwesen gilt als ein großer Treiber des Klimawandels. Gleichzeitig ist die bebauete Umwelt in hohem Maße durch den Klimawandel herausgefordert. Klimaschutz und Klimaanpassung werden damit zur zentralen Zukunftsaufgabe des Bauwesens. Hier setzt die Forschung des neuen Profilbereichs „Built and Lived Environment“ (kurz BLE) der RWTH Aachen an und untersucht insbesondere Nachhaltigkeitsgewinne, die im Wechselspiel von innovativem Bauen, menschlicher Nutzung und gesellschaftlicher Einbettung lie-

gen. BLE wurde in Anwesenheit von Ina Brandes, Ministerin für Kultur und Wissenschaft des Landes NRW, eröffnet. Das Land hatte BLE zuletzt als Growth Area unterstützt und damit den Weg zum Profilbereich begleitet. In den Profilbereichen arbeiten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus verschiedenen Disziplinen und Fakultäten der RWTH zusammen, um mit Ergebnissen aus exzellenter Grundlagen- und angewandter Forschung die Basis für gesellschaftlich relevante Innovationen zu schaffen. Sie koordinieren ihre For-

schungstätigkeiten, nutzen modernste Infrastrukturen und bilden mit nationalen und internationalen Partnern aus Wissenschaft und Industrie große Forschungsnetzwerke. Mit der Einrichtung von BLE ist die interdisziplinäre Forschung zu den großen gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit jetzt in neun Profilbereichen gebündelt. Die Profilbereiche sind Teil der Exzellenzstrategie der Hochschule, repräsentieren die interdisziplinären Forschungsfelder und bilden den Kern der RWTH-Forschungslandschaft.

Qualität, die sich bezahlt macht | In unserer Region:
Schulungen zum Thema Qualitätsmanagement

Praxisnaher Unterricht durch industrieerfahrenen Dozenten

INFO-Termin (online) zu den QM-Seminaren | Di 11.6.2024, 17 Uhr
Link anfordern & Fragen: Prof. Dr. Knepper | knepper@fh-aachen.de



Unser Konzept: Selbstlernphase + anschließende Präsenzphase

- > Qualitäts-Beauftragte/r (TÜV) 22./23. + 26./27.8.2024 Aachen
- > Qualitäts-Auditor/in (TÜV) 29./30.8. + 2.-4.9.2024 Aachen
- > Qualitäts-Manager/in (TÜV) 5./6. + 9./10.10.2024 Aachen
- > Qualitäts-Beauftragte/r (TÜV) 17./18. + 21./22.10.2024 online

Seminare in Lizenz TÜV Rheinland – Zertifikatsprüfungen durch PersCert TÜV

Weitere Informationen/Anmeldung: www.fhac.de/qm

AcIAS e.V. an der FH Aachen (Aachen Institute of Applied Sciences e.V.)

**STAHL
HALLEN**

Andre-Michels.de

02651.96200



Foto: © Scanrail – Fotolia.com



Foto: © Rido – Fotolia.com



Foto: © motorradcbr – Fotolia.com



Foto: © Alexander Raths – Fotolia.com

IT-Sicherheitssysteme

Anzeigensonderveröffentlichung

Security Awareness-Trainings

Kernelement einer fest integrierten Sicherheitskultur von Unternehmen

In unserer digitalen Welt sind Unternehmen jeder Größe rund um die Uhr Bedrohungen aus dem Netz ausgesetzt. Cyberkriminelle suchen ständig nach Schwachstellen und Schlupflöchern. Das Ziel: In interne Netzwerke eindringen und sensible Daten stehlen. Eine der wichtigsten Maßnahmen zur Verbesserung der IT-Sicherheit in Unternehmen ist die Sensibilisierung der Mitarbeitenden. Awareness-Trainings werden damit zum Knotenpunkt von IT-Sicherheitsstrategien, denn sie tragen dazu bei, Risikolücken durch den „Faktor Mensch“ – erwiesenermaßen die häufigste Ursache für Cyberangriffe – zu schließen.

Die wichtigsten Gründe für Awareness-Trainings in Unternehmen: Das menschliche Bewusstsein kann zum größten IT-Sicherheitsrisiko eines Unternehmens werden – oder, wenn richtig ausgerüstet und geschult, eine starke Festung und sichere Verteidigung.

Mitarbeitende sensibilisieren: Die größte Bedrohung für die IT-Sicherheit eines Unternehmens sind oft nicht technische Schwachstellen, sondern menschliche Fehler. Cyberkriminelle nutzen Fehleinschätzungen und Fehlverhalten aus, um sich Zugang zu internen Systemen zu verschaffen. Awareness-Trainings helfen, diese Schwächen in Stärken zu verwandeln, indem sie Mitarbeitende für Bedrohungen sensibilisieren und ihnen beibringen, auf Angriffe vorbereitet zu sein.

Mitarbeitende stärken: Durch per-

sonalisierte, realistische Phishing-Simulationen und auf das Unternehmen abgestimmte Schulungen werden sicherheitsbewusste Praktiken im Unternehmensalltag eingeübt. Mitarbeitende entwickeln sicherheitsbewusste Praktiken, die langfristig die Widerstandsfähigkeit des Unternehmens gegen Cyberangriffe zu stärken.

DSGVO-Konformität: Auch für die Einhaltung der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) sind Awareness-Trainings ein wichtiger Bestandteil. Denn diese sieht vor, dass Mitarbeitende im Umgang mit sensiblen oder personenbezogenen Daten geschult werden. Auch für die NetAachen GmbH, Anbieter für IT- und Kommunikationslösungen, gehören umfassende und maßgeschneiderte Sicherheitskonzepte für Unternehmen zum Alltagsgeschäft. Sascha Gebhardt, IT-Sicherheitsexperte bei NetAachen, erklärt die Vorgehensweise: „Bei unseren Kund:innen setzen wir vor allem auf Online-Awareness-Trainings über Hornetsecurity.“

Der Vorteil: Diese laufen weitestgehend automatisiert ab, das Onboarding ist einfach gestaltet.“ Die wichtigsten Bestandteile der Awareness-Trainings sind simulierte, auf das Unternehmen abgestimmte Phishing-Mails sowie kurze und einprägsame Lernvideos und Wissensüberprüfungen, die die Mitarbeitenden regelmäßig absolvieren müssen. „Uns ist vor allem wichtig, dass das Training einen langfristigen Effekt hat“, so Gebhardt. „Unser Awareness-Training findet mitten im Arbeitsalltag statt. So schaffen

wir ein konstantes Übungsfeld.“ NetAachen bietet neben Online-Trainings auch die persönliche Schulung von Mitarbeitenden vor Ort an. Hier können in einem interaktiven Setting Fragen gestellt und beantwortet werden. Was bedeutet eigentlich „Hacking“ oder „Phishing“ genau? Sascha Gebhardt weiß: „In vielen Unternehmen gibt es nach wie vor viele Unklarheiten, wenn es um das Thema IT-Security geht.“

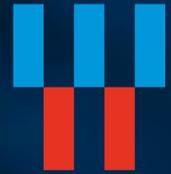
NetAachen: Ihr Partner für IT-Sicherheit

Auf Basis des eigenen, leistungsstarken Glasfasernetz bietet NetAachen umfassende IT-Lösungen und IT-Sicherheitskonzepte für Unternehmen jeder Größenordnung:

- **Sicherheit für Ihre Unternehmens-IT:** Regelmäßige Betriebssystem-Updates, Antivirensoftware und Firewall-Management
- **Awareness-Trainings:** Schulungen und zielgerichtete Phishing-Simulationen für alle Mitarbeitenden, um das Bewusstsein für Sicherheitsrisiken zu erhöhen.

Bei Interesse können Sie über den nebenstehenden QR-Code einen Beratungstermin buchen.





NetAachen



Für Ihr Business: Natürlich NetAachen.

Die Natur hat uns gezeigt, wie wichtig Wachsamkeit ist. Wir haben komplexe IT-Sicherheitssysteme entwickelt – für den besten Schutz Ihrer sensiblen Daten.

netaachen.com

verbindet mehr.



JUBILÄEN 25 JAHRE

- » Anita Mommer, Aachen
- » ARIA Taxiunternehmen GmbH, Aachen
- » B-T-S
- » Britz-Teile-Service e. K., Euskirchen
- » C A M A I X GmbH, Eschweiler
- » Elli Olzem, Mario Olzem, Blankenheim
- » Georgia Blees, Stolberg
- » Guido Christian Immeln, Erkelenz
- » Heiko Haryanto, Michael Bednarek, Wassenberg
- » Ilona Renz, Aldenhoven
- » Michael Franz, Winfried Foellmer, Aachen
- » Palenberg Baumaschinen GmbH, Aldenhoven
- » Peter Müller, Düren
- » Pro Concept GmbH, Jülich
- » Ralf Ewald, Heinsberg
- » REA GmbH & Co. KG
- » Windkraftanlage Brandenburg, Düren
- » Urack Verwaltungs GmbH, Euskirchen
- » Winfried Bauer IT-SERVICE, Monschau

Abiomed feiert Eröffnung des neuen European Distribution and Logistics Center in Würselen

► **Aachen/Würselen.** Das weltweit führende Medizintechnik-Unternehmen Abiomed aus Aachen, das auf die Herstellung innovativer Herzpumpentechnologien spezialisiert ist, hat sein neues Distributions- und Logistikzentrum in Würselen eröffnet. Damit stärkt das global agierende Unternehmen seine Wachstumsstrategie und optimiert seine zentraleuropäischen Logistikprozesse. Aus Würselen werden ab sofort rund 25 Länder weltweit mit Impella-Herzpumpen beliefert. Unweit der Europazentrale Abiomed wurde in Würselen an der Adenauerstraße auf einer Gesamtfläche von 3.900 Quadratmetern das neue Distributions- und Logistikzentrum errichtet: Es umfasst neben Lagerräumen und Räumen für Post-Steril-Inspektionen auch Büro- und Aufenthaltsräume für die Mitarbeitenden. Um auf die steigende Nachfrage nach Impella-Herzpumpen reagieren zu können, hat Abiomed im Distributions- und Logistikzentrum 20 neue Mitarbeitende eingestellt und sucht aufgrund des anhaltenden Wachstums nach weiterem Fachpersonal in der Region. So soll langfristig sichergestellt werden, dass die Anforderungen in allen Bereichen erfüllt werden können. Mit wachsender Zahl der Patienten, weltweit sind es über 300.000, die mit Impella-Herzpumpen behandelt werden, war der Ausbau des Standorts der nächste logische Schritt in der Wachstumsgeschichte von Abiomed.



Foto: Abiomed

Das weltweit führende Medizintechnik-Unternehmen Abiomed hat im April sein neues Distributions- und Logistikzentrum in Würselen eröffnet.

AIXTRON gewinnt renommierten Deutschen Innovationspreis

► **Herzogenrath.** AIXTRON hat den Deutschen Innovationspreis gewonnen. Der renommierte Preis wird von der WirtschaftsWoche, Accenture, EnBW und O₂ Telefónica unter Schirmherrschaft des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz verliehen. Überreicht wurde der Preis an die Gewinner in den drei Kategorien Großunternehmen, Mittelständische Unternehmen und Start-ups. AIXTRON, ein weltweit führender Anbieter von Depositionsanlagen für die Halbleiterindustrie, setzte sich bei den Großunternehmen durch. Seit 2010 wird die Auszeichnung an Unternehmen verliehen, die mit ihren Innovationen und Technologien die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands gewährleisten und maßgeblich dazu beitragen, große globale Herausforderungen zu lösen. „Mit unserer neuen G10-Produktfamilie setzen wir in der Halbleiterindustrie neue Maßstäbe bei Produktivität und Leistung“, sagte Dr. Felix Grawert, Vorstandsvorsitzender der AIXTRON SE. Das High-

tech-Unternehmen ist Weltmarktführer für Halbleiter-Depositionstechnologie auf Basis von MOCVD (Metal-Organic Chemical Vapor Deposition). Die von AIXTRON hergestellten Produktionsanlagen werden zur Produktion von Verbindungshalbleitern auf Basis von Siliziumkarbid (SiC), Galliumnitrid (GaN) oder Galliumarsenid (GaAs) eingesetzt. Mit der neuen G10-Produktfamilie, die seit 2022 auf dem Markt ist, hat AIXTRON dazu beigetragen, Verbindungshalbleiter auf breiter Basis kommerziell verfügbar zu machen. In der Vergangenheit wurden Verbindungshalbleiter nur in Spezialanwendungen der Optoelektronik eingesetzt, zum Beispiel in LEDs und für die Datenübertragung mittels Laser. Durch Verbesserungen bei der Produktivität und den Kosten ist der Einsatz von Verbindungshalbleitern nun für eine Vielzahl von Anwendungen kommerziell nutzbar. Dies trage zur Dekarbonisierung und Digitalisierung der Wirtschaft bei.



GKD gewinnt AFS New Product Award für neue VORTEX Separationseinheit

► **Düren.** Nachdem bereits das VOLUMETRIC Gewebe im Jahr 2016 und das POROMETRIC Gewebe im Jahr 2013 den AFS New Product Award erhalten haben, macht die neue VORTEX Separationseinheit von GKD den Dreierpack komplett. Mit dem Award zeichnet die American Filtration & Separation Society (AFS) jedes Jahr den bedeutendsten neuen Produktbeitrag im Bereich Filtration und Separation aus. Die von GKD in Zusammenarbeit mit dem US-amerikanischen Startup CLEANR entwickelte Vortex-Technologie basiert auf der innovativen Anwendung von Wirbelströmungen. Die Inspiration fanden die beiden Unternehmen dabei in der Natur: Die Separationseinheit ist an den Prozess angelehnt, durch den Mantarochen und Walhaie ihre Nahrung filtern, ohne dass ihre Kiemen verstopfen. Durch Biomimetik ist es GKD und

CLEANR gelungen, eine Einheit zu entwickeln, die mit ihrer spiralförmigen Geometrie einen kontinuierlichen Wirbel erzeugt. Durch die so entstehende zentripetale Kraft können Partikel wie beispielsweise Mikroplastikpartikel effizient vom flüssigen oder gasförmigen Trägermedium getrennt werden. Erfolgreich getestet wurde die Separationseinheit bereits in Waschmaschinen: Dort entfernt die Produktinnovation mehr als 90 Prozent der Mikroplastikfasern aus Waschmaschinenabwässern. Die Anwendungsgebiete reichen aber noch deutlich weiter: GKD arbeitet an Lösungen, die von der Trinkwasserfiltration über Luftreinigungssysteme bis hin zu Anwendungen in der Automobilindustrie reichen. So wird die VORTEX Separationseinheit zu einem breit einsetzbaren Hoffnungsträger im Kampf gegen das wachsende Mikroplastikproblem.



Foto: GKD Group

Mit einer revolutionären Einheit zur Mikroplastikseparation wurde erneut ein Produkt der GKD Group mit dem AFS New Product Award ausgezeichnet.

Seed-Finanzierungsrunde: Vivalyx erhält Investment von 5,4 Millionen Euro zur Steigerung der Organvitalität

► **Aachen.** Das Aachener Organ Vitality Tech Unternehmen Vivalyx GmbH hat in einer überzeichneten Seed-Finanzierungsrunde unter der Führung von TechVision Fonds (TVF) und Brightlands Venture Partners (BVP) ein Investment in Höhe von 5,4 Millionen Euro

erhalten. Das Team um Dr. Andreas Schumacher und Dr. Benedict Doorschodt entwickelt neuartige Lösungen zur Steigerung der Organvitalität mit dem Ziel, die Zahl der für lebensrettende Transplantationen verfügbaren Organe zu erhöhen. Das eingeworbene Kapi-

tal wird zur Finanzierung der notwendigen klinischen Studien verwendet, um die behördliche Zulassung zu erlangen und mit der Kommerzialisierung zu beginnen. Weltweit warten derzeit über eine Million Patienten auf ein Spenderorgan. Dieser Mangel an Spenderorganen könne durch die Perfusion von Organen bei Körpertemperatur behoben werden: eine Methode, die sich klinisch bewährt hat, aber aufgrund der Abhängigkeit von knappem Spenderblut und der hohen Kosten kaum skalierbar ist. Vivalyx stellt eine patentierte Lösung vor, die diese Herausforderung erstmalig überwindet und die Perfusion bei Körpertemperatur skalierbar macht. Die neuartige Flüssigkeit Vivalyx Omnisol übertrifft in präklinischen Versuchen die Wirksamkeit des blutbasierten Benchmarks, ist vollständig synthetisch – wodurch die mit Blut verbundenen Bedenken entfallen – und senkt die Kosten erheblich. Vivalyx Omnisol eignet sich nicht nur für die Perfusion bei Körpertemperatur, sondern auch für die kalte und warme Perfusion sowie die statische Kühlung, wobei positive klinische Ergebnisse erwartet werden. Somit ist Vivalyx Omnisol die prozess- und kosteneffiziente Komplettlösung für alle Konservierungsanwendungen.



Foto: Vivalyx GmbH

„Die Finanzierungsrunde bringt uns der Markteinführung unserer Produkte einen entscheidenden Schritt näher. Wir sehen in unseren Innovationen großes Potenzial, die Organtransplantationsbranche weltweit zu revolutionieren“, sagt Vivalyx-Geschäftsführer Dr. Andreas Schumacher. Das Team um Schumacher und Dr. Benedict Doorschodt (l.) entwickelt Lösungen zur Steigerung der Organvitalität.



Gute Geschäftszahlen: Aachener Bank blickt im Jubiläumsjahr auf ein erfolgreiches Jahr 2023 zurück



Foto: Andreas Steindl/Aachener Bank eG

Blicken zufrieden zurück und zuversichtlich nach vorne: Jens Ulrich Meyer (l.) und Peter Jorias aus dem Vorstand der Aachener Bank.

► **Aachen.** So ein Ergebnis wünschen sich Unternehmen in einem Jubiläumsjahr. Zum 125-jährigen Geburtstag kann die Aachener Bank mit besonders guten Geschäftszahlen für das Jahr 2023 überzeugen. Das Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit konnte 2023 um mehr als sechs Millionen Euro auf 9,8 Millionen Euro gesteigert werden. „Wir freuen uns sehr über dieses herausragende Ergebnis. Es ist Resultat einer starken Teamleistung unserer gut 210 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.“ Mit diesen Worten fasste Vorstand Peter Jorias das Geschäftsjahr 2023 der Aachener Bank zusammen. In diesen Zahlen

spiegle sich auch die Rückkehr zur Normalisierung beim Zinsniveau wider: „Unsere Zinserträge konnten wir nach langen Jahren nicht zufriedenstellender Rahmenbedingungen erheblich steigern. Und unsere Kundinnen und Kunden haben in diesem Umfeld auch wieder verstärkt in Fest- und Tagesgelder investiert“, erklärte Vorstand Jens Ulrich Meyer. In Konsequenz stiegen die Einlagen bei der Aachener Bank um mehr als 5,7 Prozent auf nunmehr 1,3 Milliarden Euro. Zudem erhöhte sich auch das bilanzielle Kreditvolumen um sechs Prozent auf jetzt mehr als eine Milliarde Euro. Wie es sich für eine nachhaltig

wirtschaftende Genossenschaftsbank gehöre, werden Vorstand und Aufsichtsrat der im Juni stattfindenden Vertreterversammlung vorschlagen, aus dem Jahresüberschuss auch in diesem Jahr das Eigenkapital und die Rücklagen zu stärken. „Und auch unsere Mitglieder sollen von dieser guten Entwicklung ihrer Bank profitieren. Abgestimmt mit dem Aufsichtsrat – werden wir der Vertreterversammlung empfehlen, neben einer Dividende in Höhe von drei Prozent eine zusätzliche Jubiläumdividende von 1,25 Prozent an unsere Mitglieder auszuschütten“, sagte Jorias. Darüber hinaus habe sich die Bank für ihr Jubiläumsjahr etwas Besonderes einfallen lassen. „Wir gestalten gemeinsam die Zukunft unserer Region – damit wollen wir ausdrücken, dass unsere Stärke als Genossenschaft im Miteinander von Mitgliedern, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und Gremien liegt“, erläuterte Jorias. Von diesem Miteinander profitieren Menschen und Unternehmen der Region in Form einer verlässlichen Versorgung mit Finanzdienstleistungen, Spenden, Steuerzahlungen und einem breiten Sponsoring. 2024 solle das noch einmal gesteigert werden: „Wir haben in diesem Jahr Projekte identifiziert, die wir zum einen finanziell unterstützen, zum anderen aber auch mit der Tatkraft und dem Geschick unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter umsetzen.“ Freigestellt vom Arbeitgeber packen diese in ihrer Arbeitszeit tatkräftig mit an und setzen mit den Vereinen der Region ausgewählte Projekte um.

Dirk Leßmann wird Standortleiter des neuen Produktionsclusters der BABOR BEAUTY GROUP



Foto: Babor

Wachsendes Kosmetikunternehmen schafft lokale Verantwortlichkeiten: Dirk Leßmann ist als Vice President Operations Standortleiter des BABOR BEAUTY CLUSTERS, des neuen Produktions- und Logistikstandortes der BABOR BEAUTY GROUP.

► **Aachen.** Dirk Leßmann ist als Vice President Operations Standortleiter des BABOR BEAUTY CLUSTERS, des neuen Produktions- und Logistikstandortes der BABOR BEAUTY GROUP. In der neuen Funktion verantwortet er die Bereiche Produktion, Qualitätssicherung, Logistik sowie die technische Abteilung des deutschen Kosmetikunternehmens. Seit 2023 war Leßmann bereits Vice President Betrieb und damit verantwortlich für alle Produktionsprozesse. Als Standortleiter übernimmt er zusätzlich die Verantwortung für die Logistik. „Das BABOR BEAUTY CLUSTER ist ein Zukunftsprojekt für das Unternehmen“, erklärt Co-CEO Horst Robertz. „Wir legen das Management dieser Fabrik und die Entwicklung der über 300 dort arbeitenden Mitarbeitenden bei Dirk Leßmann in erfahrene, kompetente Hände.“ Leßmann ist bereits seit 2015 in der BABOR BEAUTY GROUP. Der Ingenieur hat langjährige Erfahrung im Management betrieblicher Prozesse und zog nun mit seinem Arbeitsplatz vom Headquarter in Aachen in das neue 20 Kilometer entfernte Produktionscluster. Das BABOR BEAUTY CLUSTER ist eine hochmoderne Kosmetikfabrik und arbeitet nach außergewöhnlichen Nachhaltigkeitsstandards. Es umfasst eine Abfüllung mit Platz für bis zu 50 Abfüll- und Kommissionier-Linien. Hinzu kommen das globale Distributionszentrum sowie ein Shuttlelager.



60 Jahre voller Energie: Dr. Olaf Unruh gestaltet die Energiewelt von morgen

► **Aachen.** Seinen 60. Geburtstag konnte jetzt Dr. Olaf Unruh feiern. Während seiner Karriere hat er sich als Vordenker und Fachexperte in der Energiewirtschaft etabliert. Vor seiner aktuellen Position als geschäftsführender Gesellschafter des Beratungsunternehmens B E T sammelte er Erfahrung als Berater, Führungskraft und Projektmanager in internationalen Unternehmen. Seine akademische Laufbahn am Lehrstuhl für Technische Thermodynamik an der RWTH Aachen bot ihm eine solide Grundlage für seine spätere Arbeit und die Gründung des eigenen Unternehmens. Als Kopf des Unternehmens B E T Büro für Energiewirtschaft und technische Planung GmbH gestaltet Dr. Olaf Unruh die Energiewelt von morgen aktiv mit. Das Unternehmen, das sich auf die Beratung von Stadtwerken, Energieversorgern, Netzbetreibern und anderen Akteuren aus der Welt der Energie spezialisiert hat, legt besonderen Wert auf Werte wie Kommunikation auf

Augenhöhe, Weitsicht, Exzellenz und Leidenschaft – Werte, die Dr. Unruh auch persönlich verkörpert. „Das Thema Energie interessiert mich, weil es ein spannendes und vielschichtiges Thema der Daseinsvorsorge ist“, erklärt Dr. Olaf Unruh. „Auch über die Jahrzehnte hat die Frage gemäß des Zieldreiecks unseres Energiewirtschaftsgesetzes nach einer sicheren, umweltschonenden und wirtschaftlichen Energieversorgung nichts von ihrem Reiz verloren.“ Neben seiner beruflichen Tätigkeit engagiert sich Dr. Olaf Unruh in der IHK Aachen und im DIHK-Umwelt- und Energieausschuss. Sein Ziel dabei ist es, seine Erfahrungen in die Diskussion um den Umbau der Energieversorgung in der Region und darüber hinaus einzubringen. Er möchte dazu beitragen, dass die Rahmenbedingungen so gestaltet werden, dass die klimapolitischen Ziele mit dem Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit verknüpft werden. Sein Rat für Unternehmen mit Blick auf das Thema



Foto: privat

Herzlichen Glückwunsch: Dr. Olaf unruh feierte seinen 60. Geburtstag.

Energie ist klar: „Nehmen Sie sich des Themas aktiv an, auch wenn es bisher nur einen kleineren Teil Ihrer Betriebskosten ausmacht. Die zukünftige Energieversorgung wird teurer. Dabei sind die Möglichkeiten groß, durch eigenes Engagement unabhängig von steigenden Energiepreisen und den Marktpreisschwankungen zu werden.“

**Mit einem Sprung
zum gesunden Betrieb**

**Es gibt keinen Grund
mehr, warum Arbeit
krank machen sollte**



BGF
Koordinierungsstelle
NORDRHEIN-WESTFALEN

**Jetzt
Beratungs-
anfrage
starten!**



„Die strukturierte und konzeptionelle Unterstützung der BGF-Koordinierungsstelle hat mir und meinem Team sehr geholfen.“ Nora Jürgens hat sich für eine kostenlose Erstberatung an die BGF-Koordinierungsstelle NRW gewandt, um etwas für die Gesundheit und Motivation ihrer Mitarbeitenden zu tun. Sie ist Inhaberin der ECHO Pflegedienste & Vorstandsmitglied im Landesverband freie ambulante Krankenpflege NRW e.V.

Die BGF-Koordinierungsstelle NRW ist Ihr erster Ansprechpartner, wenn es um Betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) geht. www.bgf-koordinierungsstelle.de/nrw





Saisonaufakt: 10. B2Run Aachen ging erfolgreich an den Start



Foto: B2Run

Gemeinsam aktiv in den Frühling: Mit rund 2.800 Teilnehmenden bildete der B2Run Aachen im April den Auftakt zu der bekannten Laufserie.

► **Aachen.** In diesem Jahr wurde der B2Run Aachen bereits zum zehnten Mal rund um das CHIO-Gelände ausgetragen und bildete somit den Auftakt zur B2Run-Laufserie. Rund 2.800 Teilnehmer waren beim B2Run dabei. Durch die Partnerschaft mit der gemeinnützigen DKMS gGmbH konnte man nicht nur mitlaufen und für sich etwas Gutes tun, sondern sich auch sozial engagieren. Alle Unternehmen hatten die Möglichkeit, ihre Mitarbeitenden als „Charity-Starter“ für nur fünf Euro mehr an den Start zu schicken und diese Summe damit der DKMS zu spenden. Die B2Run-Laufserie leistete außerdem einen Klimaschutzbeitrag mit CO₂-Zertifikaten, um beispielsweise den Emissionen durch die Anreise der Beteiligten entgegenzuwirken. Zusätzlich wurde für jedes angemeldete Team ein Baum gepflanzt. B2Run, Tochtergesellschaft der internationalen Sportmarketing-Firma Infront, organisiert und entwickelt Europas größte Firmenlaufserie, die seit der Gründung 2004 Wachstum verzeichnet. Präsentiert von der DAK-Gesundheit werden 2024 in 18 Städten in ganz Deutschland B2Run-Läufe ausgetragen.

Niederländisches Unternehmen Dille & Kamille eröffnet Filiale in Aachen

► **Aachen.** Jetzt in Aachen: Das niederländische Familienunternehmen Dille & Kamille hat an der Krämerstraße eine neue Filiale eröffnet. Sie ist das sechste Geschäft in Deutschland. Mehr als zwei Jahre nach der Eröffnung des ersten deutschen Geschäfts in Köln ist dies der 47. Standort des 1974 gegründeten Unternehmens. Mit der Aachener Dependence möchte man die Expansion in Nordrhein-Westfalen fortsetzen. „Aachen ist eine echte Dille-Stadt“, sagt Geschäftsführer Hans Geels. „Das Stadtzentrum ist kompakt und lässt sich leicht zu Fuß erkunden, mit vielen Restaurants, Cafés und Geschäften. Außerdem gibt es viele Parks und Grünflächen in der Stadt.“ Das neue Geschäft umfasst eine Verkaufsfläche von etwa 230 Quadratmetern. Kundinnen und Kunden finden hier ein großes Angebot für Haus, Garten und Küche: von Koch- und Backutensilien, Geschirr, Tee und Gewürzen bis hin zu umwelt-



Foto: DILLE & KAMILLE Deutschland GmbH

Einladend: An der Aachener Krämerstraße hat das niederländische Familienunternehmen Dille & Kamille seine insgesamt 47. Filiale und das sechste Geschäft in Deutschland eröffnet.

freundlichen Putzmitteln, Zimmer- und Balkonpflanzen sowie Gartenartikeln. Bei Dille & Kamille bevorzugt man natürliche, nachhaltige Materialien, sagt Geels: „Unser Firmengründer Freek Kamerling hatte 1974 ein deutliches Ideal: ‚Natürliche Schlichtheit‘ als Gegenreaktion auf die aufkommende Wegwerfgesellschaft und den rasch zunehmenden Individualismus.“ Der neue Standort Krämerstraße ist vor allem für seine historischen Gebäude bekannt, von denen einige älter als 500 Jahre sind. Wie man von einem B-Corp-zertifizierten Unternehmen erwarten darf, wurden die Räume nachhaltig renoviert, wobei unter anderem FSC- oder PEFC-Holz, nachhaltige Farbe, biobasiertes Dämmmaterial und LED-Beleuchtung verwendet wurden. Viele Materialien und Einrichtungsgegenstände wurden wiederverwendet, zum Beispiel in den Lager-, Büro- und Personalräumen.



Expansionskurs: INGENERIC überzeugt weltweit mit Präzision und Vielseitigkeit

► **Baesweiler.** Seit der Gründung im Jahr 2001 als Spin-Off des Fraunhofer-Instituts für Produktionstechnologie hat sich INGENERIC zu einem der weltweit führenden Hersteller von hochpräzisen Mikro-Optiken und Linsen-Arrays entwickelt, die mittels des sogenannten „Präzisionsblankpressens“ hergestellt werden. Basis für den Erfolg ist die Kombination eines umfangreichen Produktportfolios und einer innovativen Fertigungstechnologie. Mit über 100 Mitarbeitenden ist das Unternehmen mit Sitz im Baesweiler Gewerbegebiet stolz darauf, innovative Lösungen anzubieten. Mikrooptiken zählen zu den wichtigsten Schlüsseltechnologien des 21. Jahrhunderts: Immer dann, wenn Licht geformt, fokussiert, kollimiert oder ausgerichtet werden muss, kommen sie zum Einsatz. Die Anwendungsgebiete reichen von der Laser- und Sensortechnologie, der optischen Datenkommunikation sowie der Healthcare- und Automobilindustrie bis hin zu zukunftsweisenden Wachstumsmärkten. Im PACE-Projekt („Plankton, Aerosol, Cloud, ocean Ecosystem“) der NASA spielt zudem ein Mikrolinsen-Array von INGENERIC eine wichtige Rolle. Diese Mikrolinsen-Arrays erweisen sich als weit überlegen gegenüber geätzten Arrays: Sie übertreffen die ursprünglichen Anforderungen der NASA und werden so zu einer deutlich gesteigerten Effizienz bei der



Foto: INGENERIC

„Wir haben mit INGENERIC eine erfahrene Firma mit großem Weiterentwicklungspotenzial im Baesweiler Gewerbegebiet. Darauf können wir stolz sein“, sagte Bürgermeister Pierre Froesch (r.) bei einem gemeinsamen Besuch mit dem Geschäftsführer des Internationalen Technologie- und Service-Center Baesweiler (its), Dirk Pfeifferling (2. v. r.).

Einkopplung des Lichts von der Meeresoberfläche in Glasfasern des optischen Systems des Satelliten beitragen. Das ehrgeizige NASA-Projekt soll Wissenschaftlern helfen, mikroskopisch kleine Organismen in den Weltmeeren zu untersuchen und ihre Bedeutung für marine Ökosysteme, die Bildung von Aerosolen und Wolken und das Gesamtsys-

tem unseres Planeten zu verstehen. Mit der kontinuierlichen Erweiterung seines Produktportfolios setzt INGENERIC nicht nur seinen Expansionskurs fort, sondern bestärkt auch seine Position als attraktiver Arbeitgeber in der Städtereion. Ziel sei es, den weltweiten Kunden die beste optische Lösung und exzellenten Service zu bieten.

Der Langzeitschutz für innen und außen

Jetzt auch wasserlöslich erhältlich

direkt vom Hersteller
Beste Qualität!

Sun Firn

- ➔ feuchtigkeitsregulierend
- ➔ deckend
- ➔ flexibel
- ➔ stoß- und kratzfest
- ➔ licht- und wetterbeständig

geeignet für viele Holzarten

Fassaden und Giebelverkleidungen · Türen · Garagentore
Dachuntersichten · Balkone · Zäune · Pergolen
Sicht- und Windblenden

Holz bleibt schön

FARBENFABRIK
DELLERS

Auf der Komm 1-3 · 52457 Aldenhoven/Jülich
Tel. 02464/99060 · www.farbenfabrik-oellers.de

FÜR BESSER- WISSER

Industrie- und Handelskammer
Aachen



Der Newsletter der IHK Aachen –
alles auf einen Blick!

Jetzt kostenfrei
anmelden:
[www.ihk.de/aachen/
newsletter](http://www.ihk.de/aachen/newsletter)



www.ihk.de/aachen/newsletter

Foto: © ierney - stock.adobe.com

► Handelsregister: Wo es zu finden ist und warum Sie Rechnungen genau prüfen sollten

Bei Neueintragungen oder Änderungen im Handelsregister erhalten Unternehmen häufig Post von Adressbuchverlagen. Deren Angebote sind oft so gestaltet, dass man sie auf den ersten Blick kaum von den gerichtlichen Kostenrechnungen unterscheiden

kann. Die Industrie- und Handelskammer Aachen rät deshalb allen Unternehmen dazu, vor der Zahlung unbedingt zu prüfen, ob es sich bei dem entsprechenden Dokument tatsächlich um eine Rechnung des Registergerichts handelt oder ob lediglich die

Offerte eines privaten Anbieters vorliegt. Das aktuelle Handelsregister ist unter www.handelsregisterbekanntmachungen.de zu finden (erste Option in der linken Spalte: „Bekanntmachungen suchen“).

► Verbraucherpreisindex

Den Verbraucherpreisindex für Deutschland und NRW mit dem aktuellen Basisjahr 2015 finden Sie im Internet unter www.ihk.de/aachen/verbraucherpreisindex

Für Verbraucherpreisangaben mit älteren Basisjahren bieten das statistische Bundesamt sowie der Landesbetrieb IT.NRW Rechenhilfen für Wertsicherungsklauseln in Verträgen. Sie finden diese:

- für Deutschland unter www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Preise/Verbraucherpreisindex/Methoden/Internetprogramm.html
- für NRW unter www.it.nrw/rechenhilfe-verbraucherpreisindex-15174.

► Unternehmensbörse

Die Unternehmensbörse wendet sich zu einem an Mitgliedsunternehmen der IHK Aachen, die einen Nachfolger oder aktiven Teilhaber suchen, zum anderen steht sie allen Interessenten offen, die sich selbstständig machen wollen und im Zuge einer Nachfolge ein Unternehmen zur Übernahme suchen. Ausgeschlossen sind rein finanzielle Beteiligungen, zum Beispiel stille Teilhaberschaften, sowie Unternehmens- und Immobilienofferten. Angebote und Gesuche werden von der IHK Aachen entgegengenommen. Die Veröffentlichung der Offerten erfolgt unter einer Chiffre-Nummer, so dass das Namensschutzinteresse gewahrt bleibt. Nähere Informationen zum Unternehmen beziehungsweise Existenzgründer erhalten Sie nur vom Inserenten. Hierzu richten Sie bitte eine Anfrage an den Inserenten über den Kontakt www.nexxt.change.org.

@ www.nexxt-change.org
www.aachen.ihk.de (Stichwort: Existenzgründung und Unternehmensförderung)

i Sabine Helten
 Tel. 0241 4460 308
recht@aachen.ihk.de

Angebote

Nachfolger für erfolgreiches Unternehmen im Patronen und Druckerhandel gesucht
 Bereits seit 15 Jahren etabliertes Unternehmen im Handel mit Tintenpatronen, Toner, Drucker und Zube-

hör. Aufgrund von Alter wird nach einer Nachfolge gesucht. Große Ansammlung an Erfahrung und Fachwissen, sowie daraus eigens gefertigten Befüllmaschinen für Tintenpatronen und unschlagbarer Produktqualität. Dieses Wissen wird sehr gerne übergeben und beim Einstieg unterstützt. Feste Kundenbasis, Onlinehandel über Onlineshop, Amazon und Ebay, sowie aktuell noch ein Ladenlokal in bester Lage vor Ort. Zurzeit zwei Mitarbeiter für Buchhaltung und Betrieb des Ladengeschäfts. Bezüglich zukunftssicherer Strategie sind unterschiedliche Weichen gestellt und frische Ideen sind sehr erwünscht und werden auch gerne gemeinsam ausgearbeitet. Signifikanter Warenbestand verfügbar zur Vereinfachung des Einstiegs in das Geschäft.

Gesucht wird eine engagierte Person, die auf einem profitablen Geschäftsmodell aufbauen und skalieren möchte. Hilfreich ist ein geschäftsmännischer Sinn, Erfahrung im Onlinehandel oder Marketing.

AC-A-1496-EX

Etablierter Hersteller in Marktnische Metallverarbeitung sucht Nachfolger

Das Unternehmen verarbeitet Weißblech und Aluminium zu Stanzteilen für die verschiedensten Einsatzzwecke, mit Spezialisierung für die Herstellung von Zubehör für Verbund-Rundverpackungen für die Nahrungsmittel verarbeitende Industrie, wie zum Beispiel Dosen- und Trommelkörper aus Pappe und Kunststoff, Lebensmittelverpackungen, Verpackung für technische Güter und Geschenkverpackungen. Beliefert werden inländische und internationale Dosenlieferanten in Europa, deren Kunden aus verschiedenen Industriebereichen stammen. Das Umsatzergebnis liegt seit Jahren bei durchschnittlich 2,3 Millionen Euro. Die Ertragslage konnte stetig gesteigert werden.

Die Immobilie befindet sich im Eigentum des Inhabers und kann zu marktüblichen Konditionen weiter angemietet oder auch erworben werden. Eine Standortverlagerung ist ebenfalls möglich.

Der Inhaber möchte sich nach jahrzehntelangem, erfolgreichem Engagement - altersbedingt - zurückziehen, steht aber für eine gewisse Zeit auf Beraterbasis zu Verfügung.

AC-A-1494-EX



Zeige Aachen wie nachhaltig Du bist!

Gehe mit gutem Beispiel voran und mache Dein Nachhaltigkeitsprojekt kostenlos auf www.nawi.ac sichtbar.

Gemeinsam die Wirtschaft von morgen gestalten!





Buchstäblich bedeutend: Wer sich weiterentwickeln möchte, kommt nicht daran vorbei, an seiner Kommunikation zu arbeiten. Zwei Seminare der IHK bieten hierzu beste Gelegenheit.

Rhetorische Antwort

Kommunizieren statt manipulieren:
IHK-Weiterbildungsdozent Guglielmo C. Menon vermittelt,
wie Worte wirksam werden

VON STEPHAN JOHNEN

Wer rhetorisch geschickt ist, kann andere mit Sprache um den Finger wickeln, seine Ideen oder gar Produkte mit Leichtigkeit unters Volk bringen und andere Menschen für sich einnehmen. Diese auf Erfolg, Effektivität und Überzeugung ausgerichtete Vorstellung von Rhetorik ist weit verbreitet. Guglielmo C. Menon jedoch hat eine andere Auffassung, wenn er das praktische Kommunikationsverhalten von Menschen vor Augen hat. „Meine Mission sind gelingende Beziehungen“, sagt Menon, der seit vielen Jahren auch im Auftrag der IHK Aachen als Weiterbildungsdozent tätig ist.

Menon stellt das Erkennen, das Verstehen, die gelingende und konstruktive Kommunikation in den Mittelpunkt seiner Kurse – nicht das Überzeugen (oder gar Überreden). Es geht darum, Kommunikation auf Augenhöhe positiv zu gestalten. Es geht nicht darum, zu manipulieren. Übrigens auch oder gerade in Konflikten, denn diese sind normal. „Entscheidend ist, wie wir damit umgehen“, sagt der 60-Jährige, der mit seiner Ehe-

frau vor zehn Jahren das Aachener Beratungsunternehmen PHASEFÜNF GmbH gegründet hat. Mit „Rhetorik kompakt“ und „Durchsetzungsstark in Konfliktsituationen“ sind zwei Seminare überschrieben, die die IHK in der zweiten Jahreshälfte anbietet.

Beziehungsarbeit und die Frage: Wer braucht was?

Rhetorik ist für den Dozenten Beziehungsarbeit, die Gestaltung von Beziehungen zwischen Menschen. Wer Frontalunterricht erwartet, in dem Schritt für Schritt die Theorien und Werkzeuge der Rhetorik durchgehelt werden, wird positiv überrascht. „Ich habe mich schon lange davon verabschiedet, nur Wissen vermitteln zu wollen. Mich interessiert stattdessen, was die Teilnehmenden gerade brauchen“, erklärt Menon seinen Ansatz, der auf seiner langjährigen beruflichen Erfahrung fußt. Kaufmann, Transaktionsanalytiker, Geschäftsführer, Lehrsupervisor, Coach und Dozent: Menon ist seit vielen Jahren Führungskraft

und Lehrkraft zugleich, auf diesen beiden Beinen steht er beinahe sein gesamtes Berufsleben, daraus leitet er wechselwirkend viel für sein Tun ab.

„Ich bin begeistert vom Konzept des lebenslangen Lernens, weil es Entwicklung bedeutet. Wir sind auf dieser Welt, um zu lernen, um neugierig durch die Welt zu gehen“, sagt der Dozent, der viele Jahre die Bildungsstätten der Handwerkskammer Aachen geleitet hat. Nicht ganz unwichtig für seine Mission

„Ich bin begeistert vom Konzept des lebenslangen Lernens, weil es Entwicklung bedeutet. Wir sind auf dieser Welt, um zu lernen, um neugierig durch die Welt zu gehen.“

*Guglielmo C. Menon,
Weiterbildungsdozent IHK Aachen*

ist die Erkenntnis, dass der Mensch vor allem dann lernt, wenn es für ihn eine persönliche Bedeutung hat. Die erste Aufgabe ist daher in jedem neuen Kurs: zuhören, wenn sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer vorstellen und ihre individuellen Erwartungen formulieren – um dann auf die Bedürfnisse und Anforderungen eingehen zu können. Menon: „Ich freue mich, wenn Teilnehmende in den Kurs gegangen sind und in erster Linie Angst davor hatten, mehrere Stunden lang gegen den Schlaf ankämpfen



INFO

zu müssen, dann aber sehr erfrischt aus dem Tag herausgehen und für sich etwas gelernt haben.“ Im Mittelpunkt steht zunächst jeder Teilnehmende selbst. Denn zu einer gelingenden Kommunikation zählen äußeres Auftreten und innere Haltung gleichermaßen. „Zu sich selbst zu stehen, ist ein ganz großes Thema“, sagt Menon. Wer sich seiner eigenen Stärken und Schwächen bewusst sei, habe eine wichtige Hürde genommen. „Jeder Mensch hat die Fähigkeit, sich selbst im Wege zu stehen. Wenn er es merkt, umso besser“, sagt er augenzwinkernd. Denn egal, ob es um das gemeinsame Erreichen von Zielen oder Konfliktgespräche geht: Wenn miteinander statt aneinander vorbei gesprochen werden soll, müssen die eigenen Bedürfnisse vorab klar sortiert sein, und manche eigene Botschaft womöglich eingeschränkt werden. In vielen Konflikten werde mehr darüber geredet, was der jeweils andere (womöglich auch Verletzende) getan hat, anstatt die eigenen Bedürfnisse zu kommunizieren.

„Wir setzen oft Menschen unter Druck, um etwas zu erreichen, anstatt zu sagen, was wir brauchen. Wer die eigenen Bedürfnisse kennt und diese klar äußert, hat die Chance, dass sie freiwillig erfüllt werden“, sagt Menon und beschreibt damit den Ansatz für eine bewusste und nicht manipulative Gestaltung von Beziehungen auf. Angst vor Konflikten sollte man übrigens generell nicht haben. „Jeder Konflikt hat das Potenzial, Teil einer Lösung zu sein, indem Ungeklärtes geklärt wird“, sagt Menon. Umso besser, wenn das Konfliktpotenzial frühzeitig

Besser kommunizieren: IHK Aachen bietet zwei Seminare an

Das Seminar „Rhetorik kompakt“ findet am 4. September von 9 bis 16:30 Uhr in der IHK Aachen, Theaterstraße 6-10, statt. Die Teilnehmenden erlernen Einstellungen, Verhalten und Techniken, um in Gesprächen und bei Präsentationen aller Art sprachlich und körpersprachlich besser anzukommen und konstruktive Kommunikation zu gestalten. Das Seminar „Durchsetzungsstark in Konfliktsituationen“ findet ebenfalls in der IHK Aachen statt und zwar am 14. November (9 bis

16:30 Uhr). Dozent Guglielmo Menon vermittelt, wie Konflikte frühzeitig erkannt und positiv genutzt werden können. Die Teilnehmenden werden dazu ermutigt, über eigene Konfliktmuster nachzudenken und Techniken zur Eskalation und Deeskalation zu lernen. Mehr Infos zu beiden Seminaren gibt es beim Team Weiterbildung der IHK.



Team Weiterbildung
Tel.: 0241 4460-650
wb@aachen.ihk.de

erkannt wird, in einem Stadium, in dem Konflikte noch gut und mit wenigen Verletzungen gelöst werden können.

Teil der Seminare ist es daher auch, dass mitunter eine Kamera mitläuft, um später nach einer Gesprächssimulation Innensicht und Außensicht abzugleichen. Hat sich das Gespräch so angefühlt, wie es von außen aussieht? Welche Rolle dabei Stress spielt, und wie Menschen lernen können, damit umzugehen und sich nicht zusätzlich stressen zu lassen, gehört ebenfalls zum theoretischen Wissen und den praktischen Übungen.

Bedeutend: Bedürfnisse und Botschaften

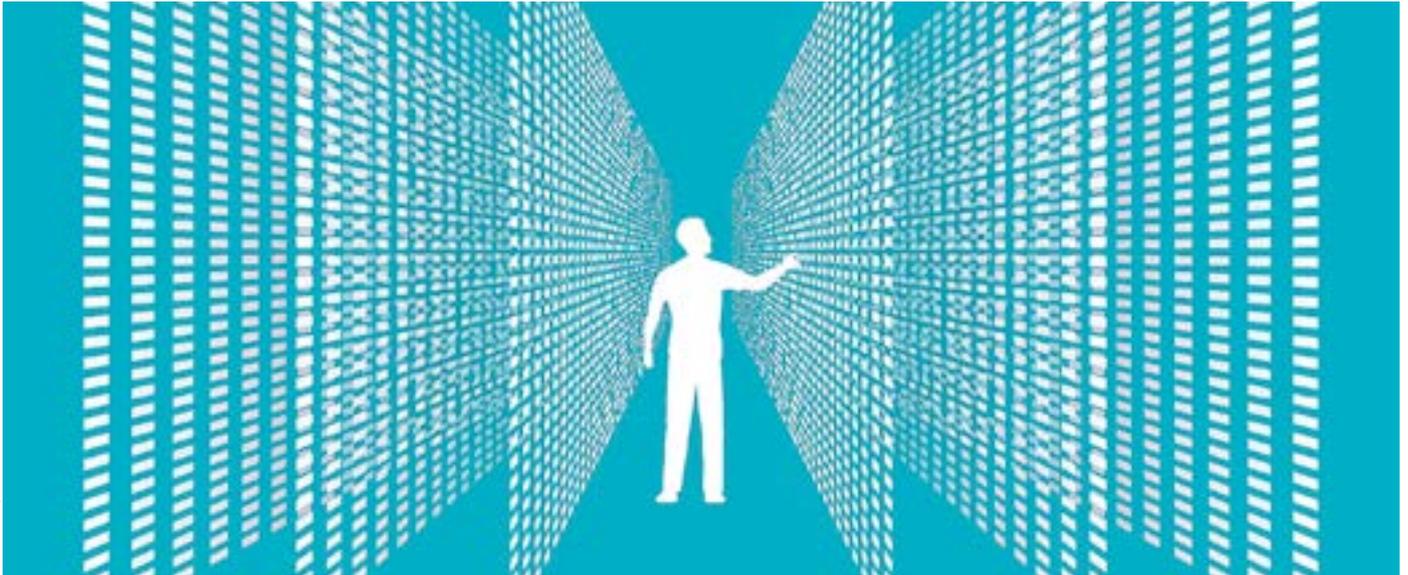
Egal, welches Seminar besucht wird, am Ende soll jeder Teilnehmende die Grundlagen einer gelingenden Kommunikation besser verinnerlicht haben. Dazu kann die Ant-

wort auf die Frage gehören, wie viele Botschaften sinnvoll in eine Rede verpackt werden können (in den meisten Fällen exakt eine), wie Präsentationen lockerer, klarer und zielgerichteter werden und wie Gedanken besser strukturiert und aufbereitet werden, damit Botschaften ankommen. „Zu oft versuchen wir in unserer Kommunikation, Strategien durchzusetzen, nicht Bedürfnisse. Menschen denken zu viel in Strategien. Wir sollten uns bewusstwerden, worum es wirklich geht, wie wir zusammen eine Lösung finden können, anstatt Strategien um jeden Preis durchzusetzen“, sagt Menon, der dazu rät, sich im beruflichen wie privaten Umfeld wieder mehr aufeinander einzulassen, andere Positionen gelten zu lassen. „Auch Zuhören ist gut. Sich und dem anderen“, fügt der Experte hinzu. Klingt einfach? Stimmt. Ist im beruflichen wie privaten Alltag aber oft gar nicht so leicht. ■



Foto: Stephan Jöhnen

„Jeder Mensch hat die Fähigkeit, sich selbst im Wege zu stehen. Wenn er es merkt, umso besser“, sagt Guglielmo C. Menon. In seinen Seminaren zum Thema Kommunikation bei der IHK Aachen hilft er den Teilnehmenden nicht nur dabei, die erste Hürde auf dem Weg zu besserer Kommunikation zu nehmen: sich selbst.



Farbe bekennen: Die Digitalisierung gibt Unternehmen völlig neue Möglichkeiten – auch, um Daten zu sammeln. Hier zu einer neuen Verantwortlichkeit zu gelangen, ist der Ansatz von Corporate Digital Responsibility, kurz: CDR.

Brauchen Sie das wirklich alles?

Nie war es einfacher, Daten zu sammeln, nie die Notwendigkeit größer, damit verantwortlich umzugehen: Der Zertifikatslehrgang „CDR-Manager (IHK)“ vermittelt, wie das geht

VON STEPHAN JOHNNEN

Je umfassender die Digitalisierung im Unternehmen, desto größer die Digitalverantwortung, die Corporate Digital Responsibility (CDR). Wie Betriebe sie auch tatsächlich wahrnehmen, vermittelt der neue Online-Zertifikatslehrgang „CDR-Manager (IHK)“, den die IHK Aachen jetzt in ihr Weiterbildungsportfolio aufgenommen hat. Und Kursleiter Dr. Daniel Sonnet, Professor für Quantitative Methoden und Data Science an der Hochschule Fresenius, kann sehr genau sagen, warum sich eine Teilnahme lohnt: „Die Bildung einer digitalen Selbstverantwortung, die Erkenntnis, dass unser digitales Handeln Auswirkungen auf Menschen hat, ist ein Punkt, bei dem es für Unternehmen etwas zu gewinnen gibt.“

Ob Datensicherheit, Einsatz von Künstlicher

Intelligenz (KI) oder Nachhaltigkeit in der IT: CDR-Managerinnen und -Manager werden im Lehrgang dazu befähigt und dafür sensibilisiert, die Risiken und Chancen der Digitalisierung zu verstehen und für eine strategisch kluge Integration von CDR in die Unternehmens-DNA zu sorgen. Sei es die Verbesserung und digitale Entschlackung von Prozessen, eine Erhöhung der Kundenbindung oder eine Profilierung als Arbeitgeber, der neben dem CO₂-Fußabdruck auch viele weitere Aspekte nachhaltigen Handels und digitaler Inklusion auf dem Schirm hat: Was auf den ersten Blick schnell als „nicht notwendig“ abgetan werden mag, entpuppt sich beim genauen Hinschauen nicht nur als zukünftige Baustelle, sondern vor allem als Chance.

Sonnet vergleicht die „digital Awareness“ mit vegetarischer Ernährung. Vor 30 Jahren hätten in Westeuropa nur wenige Leute

vegetarisch gelebt. Zentrale Frage damals: „Was habe ich denn persönlich davon?“ Drei Jahrzehnte später sind die Antworten offensichtlich: Das Tierwohl hat Auswirkungen auf die Qualität der Nahrung und damit auch die Gesundheit der Menschen, der Raubbau am Ökosystem, um immer größere Mengen Fleisch zu produzieren, hat irreparable Schäden an Klima und Umwelt verursacht, die Verschwendung von ungleich verteilten Ressourcen befeuert Hunger und Armut. „Für jedes Unternehmen ist auch beim nachhaltigen digitalen Ressourcenmanagement etwas drin“, sagt Sonnet. Darum hofft er, dass wir in Deutschland nicht ebenfalls 30 Jahre für die Gewinnung einer gewissen Anzahl an Unternehmen warten müssten, die intrinsisch motiviert eine CDR-Strategie aufsetzen.

Im Trainingsraum mit der KI

Beispiel KI und der Umgang mit gesammel-

ten Daten: Die Unternehmen nutzten beim „trainieren“ Künstlicher Intelligenz oft alles aus, was möglich ist. „Wir sind heute schon oft über das Ziel hinausgeschossen, wir werden ohne es zu merken zu unethischem Handeln angeregt“, schildert der Experte. Das weite Feld der Analyse von Daten im Hintergrund sei bislang nur bruchstückhaft gesetzlich begrenzt, dennoch sollten Fragen der Moral und Ethik nicht außen vor gelassen werden. KI-Trainingsmodelle seien nicht nur energiehungrig, wie die Heinzelmännchen würden sie im Hintergrund „halt irgend etwas tun“ – so lange, bis es zu Heinzelmännchen-Problemen kommt und die Ergebnisse und Ausführungen nicht mehr zu dem passen, was wir erwartet oder gefordert haben. Die Schaffung von relevantem Wissen und einem fundierten Problembewusstsein in diesem Feld bei den Teilnehmenden ist unter anderem Ziel des Kurses.

„Es gibt noch kein Problembewusstsein bei Menschen, dass wir auch in der digitalen Sphäre Verantwortung für unser Tun oder Nicht-Tun übernehmen müssen.“

*Dr. Daniel Sonnet,
Weiterbildungsdozent IHK Aachen*

„Es gibt noch kein Problembewusstsein bei Menschen, dass wir auch in der digitalen Sphäre Verantwortung für unser Tun oder Nicht-Tun übernehmen müssen“, sagt Sonnet, der dafür plädiert, nicht alle Möglichkeiten auszuschöpfen, nur weil es technisch möglich ist. Dies spare nicht nur gewaltige Energiemengen in den Rechenzentren, sondern begrenze auch das Sammeln von meist ohnehin nicht sinnvoll zu verarbeitenden Daten, deren ungebremste Akkumulierung aber Risiken bergen kann. „Wer sich hier nicht weg duckt, kann punkten!“, ist der Experte überzeugt, dass schon in sehr naher Zukunft die CDR-Strategie eines Unternehmens zentraler Punkt bei der Frage sein wird, wie nachhaltig ein Unternehmen agiert. Sonnet: „Das interessiert schon heute manche Kunden, Mitarbeiter und potenzielle Stakeholder.“ In Zukunft könne dieses Reporting sogar überlebenswichtig sein.



Foto: Gerardo GmbH

Es sei daher kaum verwunderlich, dass viele große Aktiengesellschaften äußerst rege sind und sich der CDR-Initiative des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Verbraucherschutz (BMUV) angeschlossen haben. In fünf Handlungsfeldern (Umgang mit Daten, Bildung, Klima- und Ressourcenschutz, Mitarbeitenden-Einbindung und Inklusion) werden der Status quo und angestrebte Verbesserungen berichtet.

Die wichtige Frage nach dem gesunden Maß

Der 90 Lehrgangsstunden umfassende Zertifikatslehrgang orientiert sich an den Leitlinien der CDR-Initiative

und schaut sich viele Maßnahmen der teilnehmenden Unternehmen genauer an. Austausch statt Frontalunterricht lautet die Devise. Neben der

Frage, welche Grenzen die Digitalverantwortung dem Sammeln, Speichern und Auswerten von Daten setzen kann und sollte, geht es auch um die richtige Strategie, Arbeitnehmende und Verbraucherinnen und Verbraucher fit für die digitale Transformation zu machen, ihnen Ängste zu nehmen, damit gute digitale Angebote und Möglichkeiten auch genutzt werden. Jedes Unternehmen trage Verantwortung für den digitalen Wandel – und sollte sich über die

gesetzlichen Anforderungen hinaus zu handlungsleitenden Prinzipien und Zielsetzungen verpflichten.

„Wir wollen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu Botschafterinnen und Botschaftern in den eigenen Unternehmen machen, die sich bei allen Themen die Frage stellen: Was wäre denn ein gesundes Maß?“ Eine nachhaltige Digitalisierung spart nicht nur Ressourcen

„Wer sich hier nicht weg duckt, kann punkten!“, sagt Dr. Daniel Sonnet über das Thema CDR und ist überzeugt: Unternehmen, die sich bereits jetzt zu einer digitalen Verantwortlichkeit verpflichten, werden davon in naher Zukunft sicher profitieren.

INFO

Weiterbildungsangebot der IHK: Online-Zertifikatslehrgang CDR-Manager (IHK)

Der Online-Zertifikatslehrgang CDR-Manager (IHK) findet vom 5. September bis 19. Dezember jeweils donnerstags und dienstags von 17 bis 20 Uhr statt. Die 90 Lehrgangsstunden sind unterteilt in 72 Stunden Live-Online-Training und 18 Stunden als modulbegleitendes Selbstlernstudium. Mehr Infos gibt es beim Team Weiterbildung der IHK Aachen.



Team Weiterbildung
Tel.: 0241 4460-650
wb@aachen.ihk.de

und Rechenleistung und erspart womöglich Vertrauensverlust und juristischen Ärger: Sie kann die Prozesse optimieren, indem die „Daten-Flickenteppiche“ in vielen Unternehmen unter die Lupe genommen und ausgedünnt werden. „Die IT ist meist immer ein Stück weitergewachsen, mit einer neuen Aufgabe wurde etwas Neues angebaut“, weiß Sonnet aus der praktischen Erfahrung. Daten werden schnell doppelt erfasst, mehrfach gespeichert, unsinnig oft archiviert. Wer mit den falschen erfassten Daten KI-Systeme trainiere, laufe Gefahr, beispielsweise diskriminierend zu agieren, ohne es zu merken.

Bei manchen Bewerbungsprozessen, bei denen historisch lange Zeit eher nur männliche Kandidaten eingestellt worden sind, könne die KI schnell Bewerbungen von Frauen automatisch aussortieren. Gleiches könne mit Blick auf eine Migrationsgeschichte passieren. „Wer diese Themen im Blick hat, kann ein großes Werbeschild für sich aufhängen“, sagt Sonnet. In den Zeiten des Fachkräftemangels würden sich potenzielle Bewerberinnen und Bewerber ganz genau die Mission der Unternehmen schauen, die Werte dahinter – und womöglich auch die Digitalverantwortung, die ein Gradmesser für die Zukunftsorientierung eines Unternehmens darstellt. ■

SEMINARE UND LEHRGÄNGE

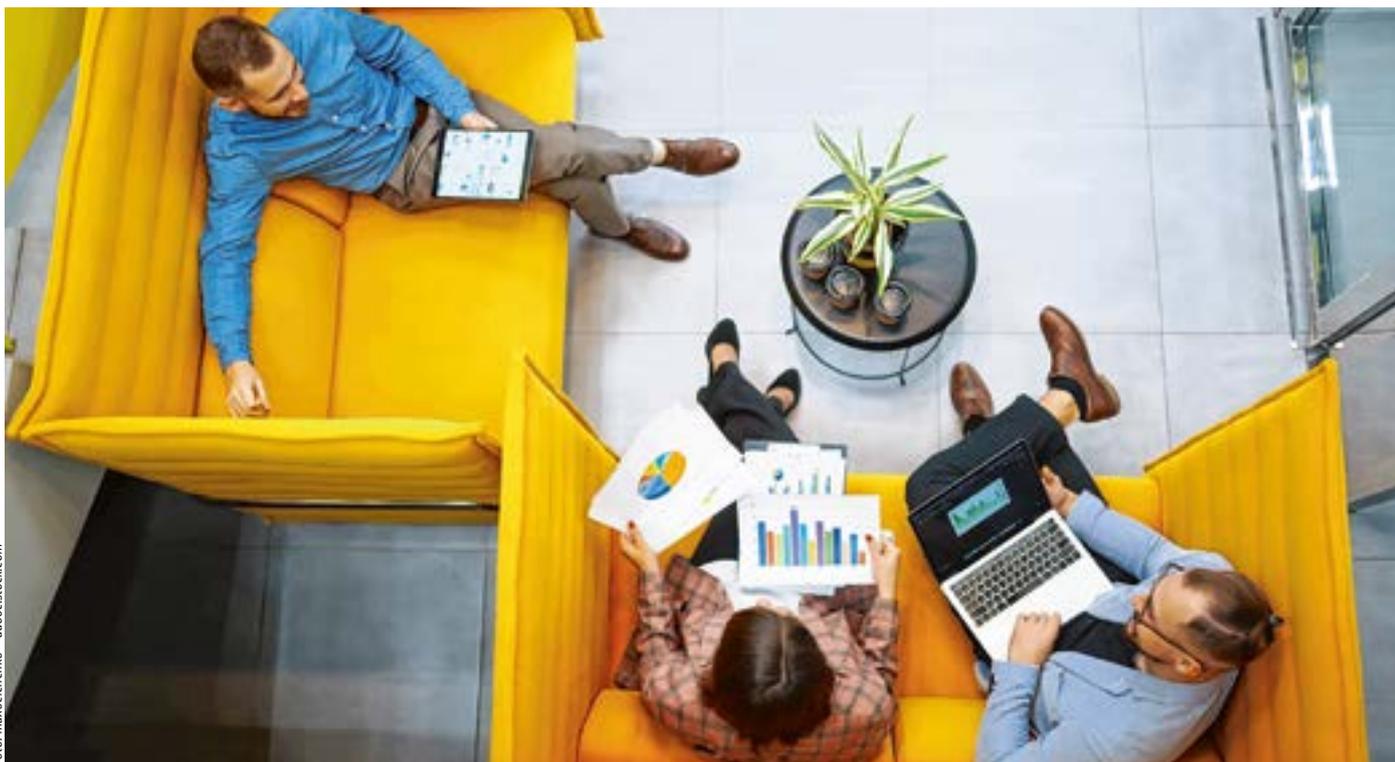


Foto: maxbechenko - adobe.stock.com

Per Online-Zertifikatslehrgang zur Fachkraft für Buchführung (IHK) werden

Die Teilnehmenden erhalten in diesem Webinar einen an der betrieblichen Praxis orientierten Einblick in die unterschiedlichen Aspekte der betrieblichen Buchführung. Die behandelten Themen sind in allen Branchen zu finden. Ziel ist es, die Teilnehmenden mit den Arbeitsabläufen und rechtlichen Rahmenbedingungen vertraut zu machen. Betriebliche Situationsschilderungen, Fälle aus der Praxis, Analysen von betrieblichen

Prozessen sowie praxisnahe Aufgabenstellungen sollen die Teilnehmenden in die Lage versetzen, das erlernte Wissen in ihrem Aufgabenbereich umzusetzen.



Wann? 11. Juni bis 25. Juli, 9:30 bis 13:30 Uhr
Wo? IHK Aachen, Kosten: 1.399 Euro



www.ihkaachenweiterbildung.de

Alles im Blick? Zertifikatslehrgang: Projektleiter (IHK)

Knappe Ressourcen, immer kürzere Projektlaufzeiten und unterschiedliche Erwartungen der Rollenpartner stellen hohe Anforderungen an den Projektleiter, welche sich mit traditionellen Arbeits- und Zusammenarbeitsformen kaum mehr bewerkstelligen lassen. Die Teilnehmenden erlernen aufbauend auf der Systematik und Methodik der Projektplanung die Kernkompetenzen und Techniken sowie zahl-

reiche hilfreiche Werkzeuge, die von einem modernen Projektleiter erwartet werden.



Wann? 15. Juni bis 2. Juli, 9 bis 16:30 Uhr
Wo? IHK Aachen, Kosten: 2.000 Euro



www.ihkaachenweiterbildung.de



Ansprechpartnerin für redaktionelle Beiträge:

IHK Aachen, Heike S. Horres

Tel. 0241 4460-303, heike.horres@aachen.ihk.de

Was Vorgesetzte wissen und können müssen: Basiskompetenz Führung

Die Teilnehmenden lernen grundlegende Prinzipien der Führung kennen und anwenden. Sie werden über die wichtigsten Aufgaben einer Führungskraft informiert. Darüber hin-

aus erarbeiten sie potenziell kritische Situationen im Arbeitsalltag von Führungskräften und entwickeln auf diesen Szenarien aufbauend erfolgsrelevante Handlungsmuster.

i Wann? 27. und 28. Juni, 9 bis 16:30 Uhr
Wo? IHK Aachen, Kosten: 580 Euro

@ www.ihkaachenweiterbildung.de

Der Kunde und ich: Wenn Persönlichkeitstypen aufeinandertreffen

Wer fragt sich nicht manchmal, warum ein Kunde so reagiert und der nächste völlig anders? In diesem Seminar lernen die Teilnehmenden, sich und Ihre Mitmenschen besser zu verstehen. Vermittelt wird unter anderem, welche Fehler und Fallstricke es im Umgang mit dem jeweiligen Typ gibt, wie Sie mit Ihrer Kommunikation überzeugen und die Zusammenarbeit fördern können. Das Wissen und die praktische

Anwendung erleichtert es, mit Kollegen, Mitarbeitenden, Vorgesetzten und Kunden professionell umzugehen und Konflikte zu verringern.

i Wann? 1. Juli, 9 bis 16:30 Uhr
Wo? IHK Aachen, Kosten: 320 Euro

@ www.ihkaachenweiterbildung.de



Weiterbilden. Weiterkommen!

Wir informieren Sie gerne.

 +49 241 4460-650 |  wb@aachen.ihk.de



THEMENVORSCHAU

Hier ist was los: die Freizeit-Macher



Foto: Ziyun Yang - adobe.stock.com

Ausgabe Juli/August

Titelthema: Hier ist was los: die Freizeit-Macher
Redaktionsschluss: 03.06.2024

Anzeigen-Sonderveröffentlichungen:

- Energie, Umwelt und Recycling
- Transport, Verpackung und Logistik

Anzeigenschluss: 12.06.2024

Ausgabe September

Titelthema: Gut versorgt? Die Energie-Frage
Redaktionsschluss: 05.08.2024

Anzeigenschluss: 12.08.2024

Anzeigenberatung: Tel.: 0241 5101-254
wirtsch.nachrichten@medienhausaaachen.de



Wirtschaft im Stream

ZDF

Die Spur – UEFA – Fußball. Macht. Geld.

Die UEFA ist Ausrichter der Fußball-Europameisterschaft. Das Turnier findet in Deutschland statt. Es geht um Spiel, Sport und Leidenschaft. Und es geht um jede Menge Geld. „Dass die UEFA damit Geld verdient, ist auch in Ordnung“, sagt Bernd Neuendorf, der Präsident des Deutschen Fußballbundes. Aber nicht alle sehen das so.

(Video verfügbar bis 1.5.2026)

@ <https://ogy.de/doxr>

hr-fernsehen

mex: Wander-Trend – was den Sport zum Wirtschaftsfaktor macht

Der Volkssport Wandern und die Bewegung an der frischen Luft hält Millionen Deutsche fit. Und ganze Regionen können davon profitieren, wenn sie ihr Tourismus-Angebot darauf ausrichten. (Video verfügbar bis 24.4.2026)

@ <https://ogy.de/my00>

ZDF

Auf der Couch: Zerstört die Gen Z die Arbeitswelt?

Die Gen Z weiß ganz genau, wie sie arbeiten will: Vier-Tage-Woche, viel Home-Office und eine gute Work-Life-Balance. „Auf der Couch“ wird diskutiert: Zerstört die Gen Z unsere Arbeitswelt? (Video verfügbar bis 9.4.2026)

@ <https://ogy.de/inqs>

IMPRESSUM

Die Zeitschrift wird herausgegeben seit 1919.

Erscheinungsweise: zehn Mal jährlich, jeweils am 1. Wochentag des Monats

Verbreitete Auflage: 29.793 [Stand: IVW III/2024]

IVW-Nr.: 3010201474

Herausgeber: Industrie- und Handelskammer Aachen

Theaterstraße 6 - 10, 52062 Aachen, Tel.: 0241 4460-0, www.ihk.de/aachen, info@aachen.ihk.de

Verantwortlich für den Inhalt: Sebastian Missel

Redaktion: Heike S. Horres, Myriam Weber

Industrie- und Handelskammer Aachen,
Theaterstraße 6 - 10, 52062 Aachen, Tel.: 0241 4460-303

Redaktionelle Mitarbeit:

Texte: Daniel Boss, Stephan Johnen, Richard Mariaux, Anja Nolte

Fotos: Heike Lachmann, Stephan Johnen, Andreas Schmitter

Verlag:

Medienhaus Aachen GmbH, Postfach 500 110, 52085 Aachen

Anzeigen:

Jürgen Carduck

Tel.: 0241 5101-568

Fax: 0241 5101-281

Anzeigenberatung:

Michael Eichelmann

Tel.: 0241 5101-254

Fax: 0241 5101-253

wirtsch.nachrichten@medienhausaaachen.de

Anzeigenpreisliste Nr. 45 gültig seit 1. Januar 2024

www.ihk.de/aachen/mediadaten

Layout: Jürgen Dietz, Andre Karger, Kirsten Viehöver

Druck: Weiss-Druck GmbH & Co. KG, 52156 Monschau

Die Zeitschrift ist das offizielle Organ der Industrie- und Handelskammer Aachen.

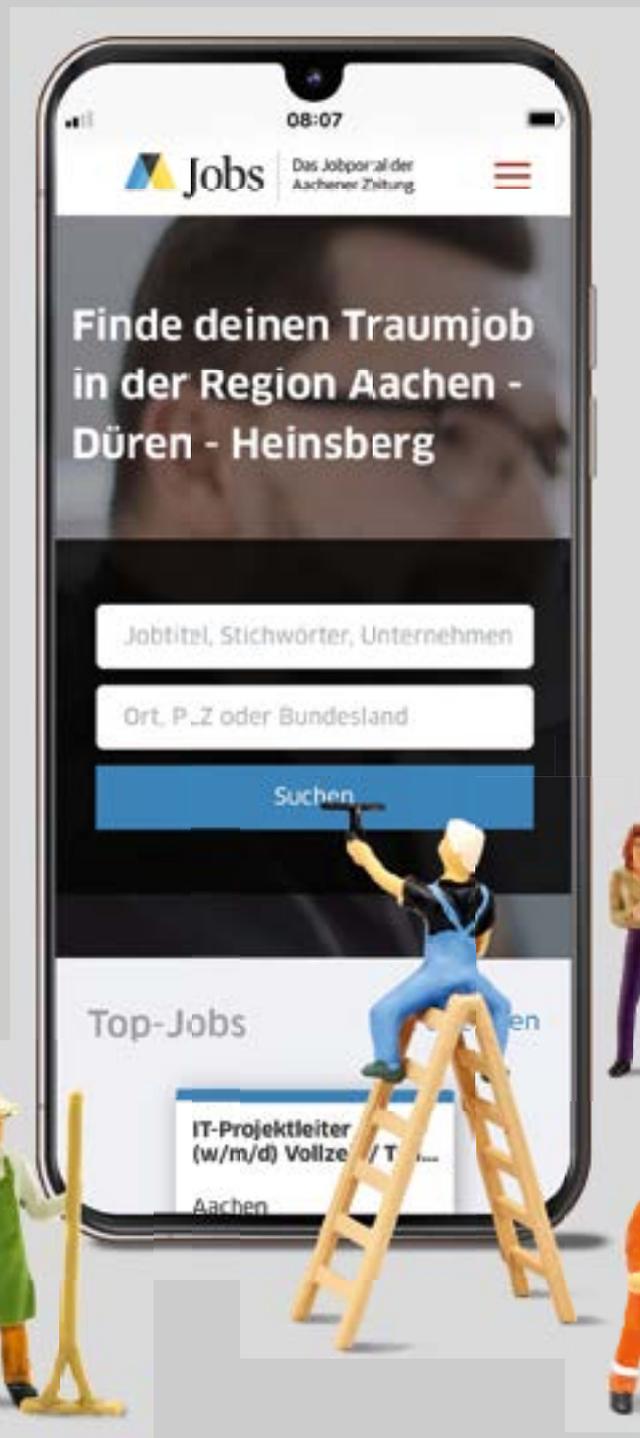
Ansprechpartnerinnen für Bestellungen und Kündigungen des Abonnements:

KG: birgit.egeling@aachen.ihk.de/HR-Firmen: petra.lueck@aachen.ihk.de

Der Bezug der IHK-Zeitschrift erfolgt im Rahmen der grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied der Industrie- und Handelskammer Aachen. Im freien Verkauf beträgt die Bezugsgebühr jährlich im Inland 20,- € inkl. Portokosten und 7 % MwSt., im Ausland 36,81 € inkl. Portokosten. Preis des Einzelheftes: 1,89 € (Inland) bzw. 3,07 € (Ausland). Fotomechanische Vervielfältigung von Teilen aus dieser Zeitschrift sind für den innerbetrieblichen Gebrauch des Beziehers gestattet. Beiträge, die mit Namen oder Initialen des Verfassers gekennzeichnet sind, und als solche kenntlich gemachte Zitate geben nicht immer die Meinung der IHK Aachens wieder.

Finde bei uns deinen Traumjob in der Region Aachen – Düren – Heinsberg, weil ...

- ... viele Unternehmen uns vertrauen.
- ... wir wissen, wie der Arbeitsmarkt tickt.
- ... wir gerne die Zukunft mitgestalten.



DIE DREI MAGISCHEN WORTE: ICH KANN WAS.

*GEMEINSAM
MIT IHREM
BETRIEB!*

JETZT #KÖNNENLERNEN



**Ausbildung
macht mehr
aus uns**

Unter dem Motto Jetzt #könnenlernen läuft die erste bundesweite Azubi-Kampagne der IHKs – eine echte Mitmachkampagne auch für Ihren Betrieb. Seien Sie dabei und nutzen Sie Botschaften und Motive, die ein neues „Lebensgefühl Ausbildung“ nach außen tragen. Die Werbemittel sind Teil eines Kommunikationspakets speziell für Betriebe und können auf Ihren digitalen Kanälen oder direkt bei Ihnen vor Ort platziert werden. Gemeinsam zeigen wir dem ganzen Land und speziell der jungen Generation: **Ausbildung macht mehr aus uns.**

Für weitere Informationen wenden Sie sich an Ihre regionalen IHK-Ansprechpartner:innen.