

Ostwestfälische Wirtschaft

September | 2025

Mitgliedermagazin der Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen zu Bielefeld

IHK-Klimainitiative

ORNAMIN-Chef von der Emde –
der Verantwortungsbewusste

IHK-Wahlprüfsteine

Das Kreuz an der richtigen
Stelle setzen

Fachthema

Werbung | Medien |
Digitalisierung | eCommerce



SPIEL, SPORT, SPONSORING

Ostwestfälische Unternehmen unterstützen Sportevents –
und sind so international und national sichtbar

Print & Digital
Foto & Video
Magazine



Offizielle
Werbeagentur

Neu zusammen

Ideens**amm**ler
Geschichtens**amm**ler
Webprogram**mm**ierer
Program**mm**ierer
Bilds**amm**ler
Films**amm**ler
Zus**amm**enspiel

amm

Die Werbeagentur in Lemgo.



Ein starkes Ostwestfalen gestalten

Am 14. September entscheiden die Kommunalwahlen nicht nur über neue Bürgermeister, Landräte und Ratsmitglieder – sie bestimmen auch über wichtige Weichenstellungen für die wirtschaftliche Entwicklung unserer Region. Nirgendwo sonst werden Rahmenbedingungen für Unternehmen so direkt gestaltet wie vor Ort. Kommunalpolitik prägt, wie attraktiv ein Standort für Investitionen, Arbeitsplätze und Innovationen ist.

Unsere Städte, Kreise und Gemeinden stehen vor der Aufgabe, den Wandel aktiv zu gestalten. Dazu gehören verlässliche Perspektiven für Gewerbeflächen, eine leistungsfähige Verkehrsanbindung, eine sichere und bezahlbare Energieversorgung, moderne Bildungs- und Betreuungsangebote sowie eine effiziente Verwaltung, die Unternehmen unterstützt statt bremst. All dies sind keine isolierten Themen, sondern miteinander verflochtene Voraussetzungen für Wachstum, Wettbewerbsfähigkeit und Lebensqualität.

Als Industrie- und Handelskammer bringen wir uns in diesen Prozess mit konkreten Erwartungen ein. Unsere Wahlprüfsteine (siehe Seite 35) zeigen auf, wo aus Sicht der Wirtschaft jetzt Handlungsbedarf besteht: Planungssicherheit durch langfristige und transparente Entscheidungen. Wettbewerbsfähige kommunale Steuersätze, die Investitionen nicht behindern. Investitionen in Infrastruktur, sowohl in Verkehrswege als auch in digitale Netze. Stärkung von Bildung und Fachkräftegewinnung, um den Bedarf der Betriebe zu decken. Konsequente digitalisierte Verwaltungsabläufe, um Verfahren zu beschleunigen und Rechtssicherheit zu schaffen.

Diese Punkte lassen sich nur mit politischem Gestaltungswillen umsetzen. Es reicht nicht, Ziele zu formulieren – sie müssen konsequent verfolgt werden. Gerade in Zeiten wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Veränderungen braucht Ostwestfalen eine Kommunalpolitik, die entschlossen handelt und langfristig denkt.

Die Kommunalwahlen sind daher mehr als ein lokaler Urnengang – sie sind eine Chance, die Zukunftsfähigkeit unserer Region zu sichern. Jede Stimme entscheidet mit darüber, ob wir die anstehenden Herausforderungen beherzt anpacken oder wichtige Entwicklungen dem Zufall überlassen.

Lassen Sie uns gemeinsam dafür sorgen, dass Ostwestfalen auch künftig ein starker, innovativer und lebenswerter Wirtschaftsstandort bleibt. Nutzen wir die Wahl, um Weichen zu stellen – für eine Region, die ihren Unternehmen Perspektiven bietet und ihren Menschen Chancen eröffnet.



„Die Kommunalwahlen sind eine Chance, die Zukunftsfähigkeit unserer Region zu sichern.“

Jörn Wahl-Schwentker
IHK-Präsident



Im Porträt

04 Der Hygge-Experte

Unternehmen + Märkte

- 06 Deutschland Tour macht Station in der Region
- 07 Grässlin gründet Geschäftsbereich Healthcare
- 08 CLAAS investiert in die Stärkung seiner Wirtschaftlichkeit am Standort Deutschland
- 09 Wir gratulieren
- 10 PRG baut neues Verwaltungsgebäude
- 10 HNF präsentiert Humanoiden Roboter Ameca
- 12 Personalien
- 15 Grafik des Monats
- 16 Was, wann, wo in Ostwestfalen
- 20 Made in Ostwestfalen

Titelthema

- 22 Sportsponsoring ist heute ein zentrales Element moderner Marketingstrategien und ein milliardenschweres Geschäft, das sich ständig weiterentwickelt. Authentizität und Unterhaltung gewinnen zunehmend an Bedeutung, ebenso der Frauensport. Drei Beispiele aus Ostwestfalen.
- 29 Interview: „Für Frauensport interessiert sich die Hälfte der Weltbevölkerung“

Politik und Standort

- 32 Der Verantwortungsbewusste
- 35 Das Kreuz an der richtigen Stelle setzen
- 38 Diskussionsgrundlage geschaffen
- 40 Schutz vor Haftungsrisiken
- 41 Strukturelles Risiko für Innovationskraft
- 42 Auf zum urbanen Lebensraum

44 Engpass betrifft alle Wirtschaftsbereiche

45 Nah dran – IHK für Sie

46 „Die Belastung der Wirtschaft ist groß“

48 Ostwestfalen weltweit

49 Neues Förderprogramm für Transformation

50 „Demokratie lebt vom Dialog“

51 Recht aktuell

Aus- und Weiterbildung

- 52 Herausragende Ausbildungsleistungen gewürdigt
- 54 Junge Leute händeringend gesucht
- 55 Eine Frage an...
- 56 Fit in die Ausbildung, Fit in die Prüfung, Prüfungslehrgänge, Seminare, Webinare, Zertifikatslehrgänge

32

IHK-Klimainitiative

Der Verantwortungsbewusste



35

IHK-Wahlprüfsteine

Das Kreuz an der richtigen Stelle setzen

Anzeigenthemen Profis | Profile

58 amm GmbH & Co. KG | Lemgo

Fachthema

60 Werbung | Medien |
Digitalisierung | eCommerce

Rubriken

01 Standpunkt

72 Servicebörse

72 Impressum

VESUVIO

Ristorante italiano seit 1975

Tiziana Cannetti & Giuseppe Cannetti

Jetzt
Gutscheine
online
bestellen!

vesuvio-lemgo.de



vesuvio-lemgo.de

Papenstraße 32 | 32657 Lemgo



Der Hygge-Experte



Fotos (3): Heiko Stoll/H&K Ostwestfalen

Bevorzugt puristische Möbel Simon Klünder hat sich auf skandinavisches Design spezialisiert.

Ein Möbelhaus auf 40 Quadratmetern Fläche? Simon Klünder macht vor, dass solch ein Konzept funktioniert. Über ein Fleckchen Dänemark-Flair in Herford.

Wenn die Ladentür hinter einem zufällt, entsteht der Eindruck, ein Ferienhaus an der dänischen Nordseeküste zu betreten: helles Holz, viel Licht und ausgewähltes Design. Die Marken, die Simon Klünder in seinem Geschäft „Aarhus 80“ anbietet, lesen sich wie ein Auszug aus dem Who-is-Who moderner skandinavischer Möbel- und Leuchtenhersteller: Muuto, Montana, String oder Carl Hanson & Son, um einige zu nennen. „Weniger ist mehr“, dieses skandinavisch-puristische Designprinzip sagt mir zu. Auch wenn ich viel im Laden untergebracht habe“, sagt Klünder und lächelt. Und auch von außen fällt sein Gebäude auf: die Holzverschalung aus Lärche vergraut, als Vorbild für die Dachform dienten die „Eisberg-Häuser“ in Aarhus,

einem ausgezeichneten Wohnbauprojekt in Eisberg-Form in der zweitgrößten Stadt Dänemarks. „Mir gefällt die Stadt sehr gut, deshalb habe ich mich auch dafür entschieden, mein Unternehmen so zu nennen. In Skandinavien gibt es viele Möbelhersteller, die ihre Firma nach dem Ort nennen, in denen sie ihren Sitz haben.“ Die „80“ habe er aus drei Gründen ergänzt: zum einen, ganz banal, ist es die Hausnummer in der Herforder Waltgeristraße, zum anderen sein Geburtsjahrgang und „8000 ist die Postleitzahl von Aarhus“. So viel steht fest: Klünder ist Fan.

MÖBELBAU ALS AUSGLEICH

Dabei ist der zweifache Familienvater „Seiteneinsteiger in die Möbelbranche“. Der heute 45-Jährige ist in Herford geboren, sein Elternhaus steht ebenfalls in der Waltgeristraße.

Nach der zwölften Klasse an der August-Griese-Schule hat er eine Ausbildung zum Industrieelektroniker in einem Herforder Unternehmen begonnen und

abgeschlossen, das Regelungstechnik herstellt. „Schon im zweiten Ausbildungsjahr habe ich in der Entwicklungsabteilung mitgearbeitet“, blickt er zurück, auch konnte er im Unternehmen „immer aufsteigen“. Insgesamt 23 Jahre habe er in seinem Beruf gearbeitet, aber dann „hat mich meine Arbeit nicht mehr berührt“. Als Hobby habe er schon immer Möbel gebaut, „mein Ausgleich zum Bürojob“, ebenfalls Spielsachen für seine beiden Söhne. „Holz war immer mehr mein Material als Elektronik“, räumt er ein.

Seine zweite Leidenschaft für Skandinavien speist sich aus mehreren Quellen: zum einen habe seine Frau im Auslandssemester im norwegischen Bergen studiert, Klünder sie dort besucht und gemeinsam mit ihr die Gegend erwandert. Außerdem gehören Familienurlaube im nördlichen Nachbarland seit der Geburt der Kinder zum Programm. „Mittlerweile verreisen wir mit vier Generationen.“ Jedes Jahr gehe es ebenfalls mit seiner Frau und seinen Söhnen zum Wandern nach Österreich. „Natur ist uns wichtig. Wir sind auch schon transalpin gewandert“, schwärmt Klünder.

Als er sich beruflich neu orientieren wollte, war es aus seiner Sicht fast zwingend, Möbel und Skandinavien auf einen Nenner zu bringen.

MÖBELBOUTIQUEN ALS VORBILD

Inspiration für sein Ladenkonzept hat er dabei auf Reisen gesammelt: „In Dänemark gibt es viel mehr Möbelboutiquen, auch in kleineren Städten.“ In einer solchen, untergebracht in einer alten, ehemaligen Apotheke, ist er dann auf einen Kleiderhaken gestoßen, der ihm so gut gefallen hat, dass er die Firma kontaktiert hat. Deren Verantwortliche waren zunächst skeptisch, da Klünder seine Konzeption auf lediglich 40 Quadratmeter Fläche ausgelegt hat. Der dänische Hersteller setze eigentlich auf

„Shop-in-Shop“-Konzepte. Der deutsche Außendienstler schaute trotzdem vorbei – und traf auf Klünder, als der gerade mit einem geliehenen Bagger die Baugrube für sein Ladengeschäft aushob. Schlussendlich konnte er ihn überzeugen, hinzukam, dass die Marke in Ostwestfalen noch nicht vertreten war.

Klünders Laden steht auf einem Supermarktparkplatz, umgeben von einem Friseur, einer ortsbekannten Bäckereikette, einem Blumenladen und einem Lebensmittel-Discounter. Das Grundstück gehört seinem Vater, der das ehemalige britische NAAFI-Gelände gekauft und verpachtet hat. Auf der gegenüberliegenden Seite haben eine Drogeriemarktkette und ein weiterer Discounter eröffnet. Er habe das Potenzial des Standortes erkannt, sagt Klünder. Der damalige Bäckereibesitzer habe ihm „vier bis fünf Parkplätze“ Fläche angeboten. Gut ein Jahr habe er selbst an dem Haus gebaut.

WANDEL

Vor vier Jahren konnte Klünder dann zum ersten Mal das „Åben“-Schild – also „Geöffnet“ – an die Ladentür hängen. Sein ursprüngliches Konzept, auch viele Accessoires in Nachbarschaft zum Blumengeschäft und Supermärkten zu verkaufen, ging allerdings so nicht auf. „Die Leute trauen sich nicht in einen kleinen Laden rein, vielleicht weil sie denken, sie müssten etwas kaufen. Etwa ein bis zwei ‚Laufkunden‘ habe ich pro Tag, die übrigen kommen gezielt.“ Sein Konzept habe er deshalb erweitert und biete nun auch Raumplanung an.

An seinen dänischen Geschäftspartnern schätze er, dass sie sehr nahbar seien, einen sehr herzlich empfangen würden, es keine Hierarchien gebe und sie sehr serviceorientiert seien. „Sie können aber auch sehr gut verhandeln und wissen, dass sie ein gutes Produkt haben.“

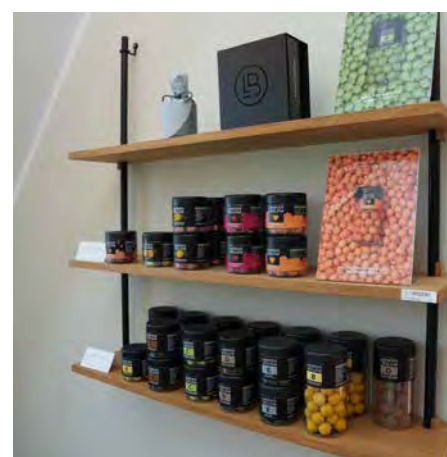


Hingucker Das Ladengeschäft in Herford wurde von Architektur im dänischen Aarhus inspiriert.

Als Klünder zum ersten Mal die „3 Days of Design“ in Kopenhagen besucht hat, eine Messe, an der sich rund 200 Firmen beteiligen, hatte sich sein „kleines Konzept“ schon rumgesprochen. „Mittlerweile ist es gar nicht mehr so schwer, neue Hersteller ins Programm aufzunehmen.“

Von außen betrachtet würden die nördlichen Nachbarn viel mehr Wert auf Nachhaltigkeit legen. „Die Wertschätzung der Skandinavier für Möbel ist sehr hoch. In Dänemark werden sehr viele geseifte Möbel verkauft, die jedes Jahr mit einer entsprechenden Lauge behandelt werden müssen. So etwas macht bei uns keiner.“ Die höhere Wertschätzung, die Dingen entgegengebracht werde, zeige sich für Klünder auch an der „ausgeprägten Second-Hand-Kultur“.

Als ihm eine größere Fläche für seine Ausstellung angeboten wurde, hat er nach einiger Bedenkzeit abgelehnt. „Das hier bist Du“, hätten seine Freunde zu ihm gesagt. Wachstum realisiere er im Objekt- und Projektgeschäft. Kürzlich habe er ein Unternehmen in Enger ausgestattet, die Büros, den Empfang und die Bäder. Zukünftig wolle er noch stärker mit Planern und Architekten zusammenarbeiten. Einen Online-Shop betreibe er



Teil des Konzepts Lakritz aus Dänemark.

nicht, denn seiner Meinung nach müsse er „Sachen zeigen, die Kunden müssen Material und Stoffe spüren können“, erläutert er vor einem Moodboard. Im Ladenfenster klebt das Logo der IHK-Initiative „Heimat shoppen“. Und einen weiteren, unbezahlbaren Vorteil biete sein 40-Quadratmeter-Konzept darüber hinaus: „Ich muss nur das ausstellen, was ich persönlich mag.“

Heiko Stoll

Rennrad-Express rauscht durch Ostwestfalen

Deutschland Tour macht Station in der Region

Stundenlang fiebern die Fans am Straßenrand mit: Wann rollt er an, der Hochgeschwindigkeitsexpress mit den Rennrad-Profis? Nach der Premiere 2006 durchquert die Lidl Deutschland Tour 19 Jahre später im August 2025 wieder Ostwestfalen. Gütersloh, Bielefeld, Herford – an den einzelnen Orten dauert das Spektakel oft nur einige Sekunden. Für die Region bleibt es ein Erlebnis mit Ausnahmestellung.

Klassiker-Spezialist Wout van Aert, Sprinter-König Jonathan Milan oder der deutsche Shooting-Star Florian Lipowitz – Namen, die zur absoluten Weltspitze im Radsport gehören und die Herzen der Fans höherschlagen lassen. Das Fahrerfeld der Deutschland Tour ist hochkarätig besetzt und ist sicher auch dafür verantwortlich, dass das Interesse an dem Event hoch ist. Einmal dabei sein, wenn das Peloton (Hauptfeld im Radsport) nicht die Pyrenäen und Alpen hochklettert, sondern zum Zwischensprint in Gütersloh ansetzt und dann an Steinhagen vorbei den Anstieg „Peter aufm Berge“ erklimmt.

„Lidl Deutschland Tour in der Radregion Teutoburger Wald“ hat Teutoburger Wald Tourismus (TWT) der OstWestfalenLippe GmbH vorab getitelt und auf seiner Website touristische Ziele entlang der Strecke zusammengefasst. Auf der ersten Etappe, die von Essen nach Herford führt, geht's für den Tross auch an der Stadtgrenze von Bielefeld-Niederdornberg/-Deppendorf und Werther entlang. Dort hat auch das Wertheraner Böckstiegel-Museum einen Info-Stand aufgebaut und macht Werbung für die neue Ausstellung.

Immer wieder tauchen entlang der Strecke kleinere und größere Stände von



Foto: Tilo Sommer / IHK Ostwestfalen

Reichlich Aufmerksamkeit Die Deutschland Tour führt durch Ostwestfalen.

heimischen Unternehmen auf. Darunter etwa ein Werbe-Anhänger von Alpecin, als Sponsor eines Profi-Teams die Radsport-DNA fest verankert, der auf dem Weg Richtung Jöllenbeck Halt gemacht hat. Das große Finale der ersten Etappe steigt in Herford – Sprintankunft in der Innenstadt.

Auch der Startpunkt der zweiten Etappe liegt in Herford, von dort aus geht es schließlich rund 190 Kilometer nach Arnsberg ins Sauerland. Rund um das Radrennen gibt es in der Stadt vielfältiges Programm, um dem außergewöhnlichen Erlebnis einen gebührenden Rahmen zu verleihen. Live-Acts, Open-Air-Party – eine Innenstadt als Party-Meile. „Wir möchten mit der Lidl Deutschland Tour nicht nur die Sportler in Herford willkommen heißen, sondern ein besonderes Wir-Gefühl bei den Bürgern Herfords kreieren. [...] Wir freuen uns zudem auf viele Gäste von außerhalb, die Herford erleben, von unserem Programm begeistert werden und hoffentlich wiederkommen“, wird Frank Hölscher, Geschäftsführer der

Pro Herford, auf der Internetseite von „Herford erleben“ zitiert.

Von touristischen Highlights im Teutoburger Wald über kulturelle Angebote bis hin zur Gastfreundschaft der Städte – das Radsport-Spektakel wird zum Schaufenster für Ostwestfalen und lädt Gäste ein, Ostwestfalen über die Tour hinaus zu entdecken.

Mehr zum Thema Radsport in der Titelgeschichte ab Seite 22.

Tilo Sommer, IHK



Foto: Tilo Sommer / IHK Ostwestfalen

Begeisterung Zahlreiche Zuschauer sind am Streckenrand dabei.

Kunststoff-Vielfalt für die Medizintechnik

Grässlin gründet Geschäftsbereich Healthcare

Die Nachfrage nach maßgeschneider-ten Kunststofflösungen für medizinische Geräte, Diagnosetechnik, chirurgische Instrumente und Verpackungen für pharmazeutische Produkte steigt. Mit der eigenen Business Unit Healthcare stellt Grässlin Kunststoffe aus Kirchlegern nun die Weichen, um den wachsenden Bedarf in der Medizintechnik auch zukünftig verlässlich bedienen und dabei höchste Standards bei Qualität, Sicherheit und Nachhaltigkeit gewährleisten zu können. Leiter des neuen Geschäftsbereichs ist Ole Stein. Ziel sei es, die Expertise und Innovationskraft von Grässlin in dieser dynamischen und wachstumsstarken Branche auszubauen. „Die Gründung des Geschäftsbereichs ist eine wichtige strategische Entscheidung. Wir richten ab sofort den Fokus noch stärker auf Hochleistungskunststoffe für zuverlässige medizintechnische Anwendungen mit ihren besonders hohen Anforderungen an Materialqualität und Verarbeitungsprozesse“, erklärt Grässlin-Geschäftsführer Thomas Bucker: „Dabei werden wir unser umfangreiches Know-how in der Kunststofftechnologie verstärkt in diesen hochsensiblen Bereich einbringen und unser vielfältiges Portfolio hochwertiger Kunststoffgranulate und Compounds gezielt ausweiten.“



Foto: Grässlin

Experte für Medizintechnik Ole Stein leitet die Business Unit Healthcare im Lager von Grässlin Nord. Sein Ziel ist es, die Marktposition des Unternehmens zu festigen und Innovationen voranzutreiben.

Mit Ole Stein habe Grässlin hierfür einen erfahrenen Experten für Medizintechnik gewinnen können. Der 55-Jährige bringe mehr als 30 Jahre Know-how im Bereich Kunststofftechnik und Gesundheitswesen mit. Zuvor war er in leitenden Positionen in der Masterflex Gruppe sowie bei der MedNet GmbH tätig, wo er erfolgreich die Entwicklung und Umsetzung von Lösungen für die medizintechnische und pharmazeutische Anwendungen vorantrieb. „Ich freue mich sehr, den neuen Geschäftsbereich

Healthcare mitzuentwickeln. Grässlin bietet ein hervorragendes Fundament für die Entwicklung innovativer Lösungen, die den hohen Anforderungen der Gesundheitsbranche gerecht werden. Ich bin überzeugt, dass wir als Team mit tiefem technischem Know-how und der Fokussierung auf Qualität und Nachhaltigkeit bedeutende Lösungen für die Medizintechnik und zur Versorgung im Gesundheitswesen leisten können“, so Stein.

Die Erweiterung im Bereich Healthcare sei ein bedeutender Schritt für Grässlin, um seine Marktposition in der Kunststoffindustrie zukunftsweisend zu festigen und die wachsenden Anforderungen an Kunststoffe für Medizintechnik, Diagnostik, Pharmazie und andere gesundheitsrelevante Sektoren zu erfüllen. Durch enge Zusammenarbeit mit führenden Unternehmen und Forschungseinrichtungen sowie im Netzwerk mit vertrauten Ingenieuren für Produktentwicklung sollen dabei verstärkt auch Projekte von der ersten Idee begleitet werden. Ein weiterer Fokus liege auf nachhaltigen Materialien, die höchste Anforderungen in puncto Biokompatibilität erfüllten und einen langfristigen Beitrag zur Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks in der Medizintechnikbranche leisteten.

JETZT
mit Ihrer ANZEIGE dabei sein!

ALLE INFOS
UND PREISE:



Neues Vorfertigungszentrum eröffnet

CLAAS investiert in die Stärkung seiner Wirtschaftlichkeit am Standort Deutschland



Foto: CLAAS

Nehmen eine der neuen Schweißanlagen in Betrieb Simon Krieter (links) und Jan-Peter Bluhm.

CLAAS hat am Stammsitz in Harsewinkel – auf Grundlage seines Investitionsprogramms in Deutschland – ein neues Vorfertigungszentrum eröffnet. Mit einem Gesamtvolumen von rund 30 Millionen Euro stelle das Projekt einen bedeutenden Meilenstein zur Modernisierung der Produktionsinfrastruktur dar. Ein Kernelement sei die Erweiterung

der Automation: Neue Schweißroboter fertigen Komponenten für Erntemaschinen und Systemtraktoren. Darüber hinaus sei eine umfassende Digitalisierung der Prozesse geplant, um die Produktion weiter zu optimieren und die Effizienz zu steigern. Damit leiste die neue Produktionshalle einen wichtigen Beitrag zur Erfüllung der hohen CLAAS Qualitätsstandards. „Das neue Vorfertigungszentrum ist ein

zentrales Element unserer umfassenden Investitionen in den Standort – und ein klares Bekenntnis zu modernster Produktion in Deutschland. Damit stellen wir uns auf eine steigende Nachfrage und das immer umfangreichere Produktprogramm ein und sichern die Fähigkeit, unsere Kunden auch künftig sehr flexibel mit Premiumprodukten aus der Landtechnik zu beliefern“, sagt COO Thomas Spiering. Jan-Peter Bluhm, Produktionsleitung Werk Harsewinkel, würdigte die Leistung des gesamten Teams, das an der Realisierung des Projekts beteiligt war und stellte die moderne Punkt-Schweiß-Klebertechnologie vor, die im Vorfertigungszentrum an insgesamt drei Roboteranlagen eingesetzt wird.

Ein besonderer Fokus bei der Planung des neuen Vorfertigungszentrums habe auf der Integration neuester energetischer Standards gelegen: So verfüge die Halle über moderne Isolierungen, Wärmetauscher und eine intelligente Lichtsteuerung – ein weiterer Beitrag zur Nachhaltigkeit und Energieeffizienz am Standort. CLAAS beschäftigt 12.000 Mitarbeitende weltweit und erzielte im Geschäftsjahr 2024 einen Umsatz von fünf Milliarden Euro.



Foto: InfiniteFlow/stockadobe.com

Im Oktober erscheint das neue

FACHTHEMA:

Personal | Dienstleistung | Bildung |
Seminare | BGM | Motivation

JETZT BUCHEN!

Tel.: 05261 6690215



Wir gratulieren

175 Jahre

- ▶ **Adolf Scheidt,**
Inhaber: Carsten Scheidt e. K.
Brakel | am 1. Juli



Foto: IHK Ostwestfalen

Zum 175-jährigen Firmenjubiläum gratulierte IHK-Geschäftsführer Jürgen Behlke (links) und überreichte eine Urkunde an Inhaber Carsten Scheidt.

125 Jahre

- ▶ **Rudolf Schmidt GmbH**
Vermold | am 1. September

25 Jahre

- ▶ **Chemec GmbH**
Bielefeld | am 1. September
- ▶ **ERP Systeme GmbH**
Löhne | am 1. September
- ▶ **MercatON GmbH**
Gütersloh | am 1. September
- ▶ **Ralf Richter**
Unternehmensberatung GmbH
Steinhagen | am 1. September
- ▶ **Tool GmbH**
Hille | am 1. September
- ▶ **assetpool GmbH**
Bielefeld | am 7. September
- ▶ **com. on Werbeagentur GmbH**
Minden | am 11. September
- ▶ **S-Immobilien Entwicklungs GmbH**
Rahden | am 14. September
- ▶ **AER Kooperation AG**
Bielefeld | am 28. September

- ▶ **Henning & Jegust Uhren und Schmuck OHG**
Höxter | am 29. September
- ▶ **Incony AG**
Paderborn | am 18. Juli



Foto: IHK Ostwestfalen

Zum Jubiläum überreichte IHK-Geschäftsführer Jürgen Behlke (2. von links) eine Ehrenurkunde für 25 Jahre erfolgreiche Unternehmensentwicklung an die Vorstände Holger Aisch, Dr. Elke Radeke und Jorge Bernad (links).

Hallenbau | Bürogebäude | Bauen im Bestand | Neubau

Hier gibt's noch mehr zu sehen!



HMS

INDUSTRIEBAU

DT SWISS

Modernes Arbeitsumfeld schaffen

PRG baut neues Verwaltungsgebäude

Die PRG Präzisions-Rührer GmbH in Warburg setzt nach eigenen Angaben nicht nur bei ihren Produkten auf absolute Präzision und höchste Qualität – in ihrem aktuellen Projekt „Verwaltungsneubau“ errichtet der international tätige Rührwerkshersteller einen modernen und nachhaltigen Firmensitz in Hybridbauweise aus Holz und Beton.

Das seit 1991 genutzte Verwaltungsgebäude wurde abgerissen und schafft Platz für das neue Gebäude, das auch ein klares Bekenntnis zum Standort Warburg ist, heißt es dazu im Unternehmen. „Das neue Gebäude spiegelt den langfristigen wie nachhaltigen Charakter des Unternehmens wider. Wir kreieren eine einladende und wertschätzende Arbeitsumgebung. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sollten gerne ins Büro kommen – das ist uns wichtig“, sagt Geschäftsführer Frank Dierkes. Die Beschäftigten wurden in die Planungen mit einbezogen. Das Ergebnis entspreche in besonderer Weise den Anforderungen von Unternehmen und Belegschaft.

1991 arbeiteten in der Verwaltung rund 15 Mitarbeitende sowie 35 Angestellte in der Produktion. Dem stehen im Jahr 2025 über 160 Beschäftigte gegenüber – davon



Foto: PRG

Startschuss gefallen Die beiden Geschäftsführer der PRG Präzisions-Rührer GmbH in Warburg, Maximilian Behler (links) und Frank Dierkes (Mitte), sowie Pius Kohlschein, Leitung Strategische Projekte, präsentieren die Pläne für den Verwaltungsneubau.

rund 70 in der Verwaltung. Doch nicht nur aus Platzgründen entschied sich das Unternehmen für den Bau eines neuen Verwaltungsgebäudes. Der Energiebedarf nehme im Transformationsprozess der PRG eine bedeutende Rolle ein. Das neue Gebäude verbrauche bei dreifacher

Grundfläche weniger als die Hälfte des Energiebedarfes der alten Verwaltung. Auch würden die internen Betriebsabläufe und Abstimmungsprozesse durch diese Investition weiterhin optimiert. Fachabteilungen könnten räumlich näher zusammenrücken und vermehrt im persönlichen Kontakt arbeiten. Neue Schulungs- und Besprechungsräume würden zukünftig das Projektgeschäft des Unternehmens erleichtern. Mit dem neuen Verwaltungsgebäude werde ein attraktives Arbeitsumfeld geschaffen, das aktuellen und zukünftigen Anforderungen an einen Arbeitsplatz gerecht werde. Dazu lege die PRG auch einen Fokus auf das Thema Inklusion; das neue Gebäude ist barrierefrei.

Bereits 2024 investierte die PRG am Standort in Warburg in ein neues Verwaltungsgebäude, den sogenannten „Leitstand“, in dem die produktionsnahen Abteilungsleitungen untergebracht seien. Im Zuge des aktuellen Projektes würden auch die bestehenden Büroflächen umfassend erneuert. Die Gesamtinvestition für den Verwaltungsneubau und -bestand liege bei rund sechs Millionen Euro. Die Fertigstellung des Neubaus sei für Ende Herbst 2026 geplant.

Interaktion zwischen Mensch und Maschine

HNF präsentiert Humanoiden Roboter Ameca

Das Heinz Nixdorf MuseumsForum (HNF) in Paderborn zeigt ab sofort eine neue Attraktion: Der humanoide Roboter Ameca ist in das Museum eingezogen und beeindruckt Besucherinnen und Besucher mit seiner Mimik, Gestik und einer verblüffend komplexen Kommunikation.

„Ameca ist ein Geschenk an unsere Besucher. Der Roboter ist eine weitere Überraschung anlässlich des 100. Geburtstages von Heinz Nixdorf. Mit Ameca präsentieren wir im Nixdorf 100-Jahr einen der aktuell besten humanoiden Roboter, die weltweit zu haben sind“, sagt HNF-Geschäftsführer Dr.

Jochen Viehoff. „Ameca ist damit eine hervorragende Ergänzung unserer Robotersammlung, die wir bereits vor etwa 25 Jahren begonnen haben. So bleibt das HNF der einzige Ort, an dem man die Entwicklung der Robotik nachvollziehen kann.“ Avatar Max unterhält sich bereits

seit über 20 Jahren mit den Besuchern des HNF. Die humanoide Nadine zog vor zehn Jahren ins Museum ein, Pepper ist aktuell eines der beliebtesten Objekte. Insgesamt sind acht Roboter im HNF aktiv, Dutzende weitere ausgestellt.

Ameca misst 1,87 Meter, wiegt 62 Kilogramm und ist mit 61 Motoren ausgestattet, davon allein 27 für die Mimik. Deshalb wirkten die Reaktionen des Roboters sehr menschlich. Eine menschlich klingende Stimme, eine fortgeschrittene Sprachsynthese und eine ausgefeilte Mimik würden für eine erstaunlich einfach und natürliche Kommunikation mit der Maschine sorgen. Ameca nutzt für Gespräche mit den Besuchern das KI-System ChatGPT, verfügt damit über einen großen Wortschatz und eine korrekte Grammatik und kann in fast allen gängigen Sprachen reden.



Foto: Reinhardt A. Hardtke/HNF

Gespräch mit der Zukunft Ameca ist mit 61 Motoren ausgestattet, davon 27 für die Mimik. Für die Kommunikation mit Besucherinnen und Besuchern kommt ChatGPT zum Einsatz.

Ameca könne lächeln oder die Stirn runzeln, blinzeln, ihre Nase rümpfen und zwinkern. Zudem könne sie den Ober-

körper, Arme, Finger und den Kopf bewegen. Die Beine allerdings seien starr, eine Fortbewegung ist nicht möglich. Das Gesicht ist grau, Haare sind nicht vorhanden. Damit soll der Roboter keiner menschlichen Hautfarbe zugeordnet werden.

Er ist eine Entwicklung der englischen Firma Engineered Arts aus Cornwall, die bereits RoboThespian produzierte, der auch im HNF vorhanden ist. Ameca wurde zur Weiterentwicklung der Interaktion von Mensch und Maschine konzipiert. Engineered Arts hat den Roboter im Januar 2022 auf der Consumer Electronics Show (CES) in Las Vegas vorgestellt. 29 Modelle seien seitdem weltweit im Einsatz, vor allem in Museen und Science Centern, aber auch in wissenschaftlichen Instituten und Universitäten.

Mehr Infos: www.hnf.de.



Richtig sonnige Aussichten

Entdecken Sie attraktive Energielösungen für Ihr Unternehmen



Personalien



Foto: Bette GmbH & Co. KG

Die Bette GmbH & Co. KG und die Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen zu Bielefeld nehmen in tiefer Trauer Abschied von **Fritz-Wilhelm Pahl (†)**, der am 13. August im Alter von 83 Jahren verstorben ist. Seit dem 1. Januar 1975 hat Fritz-Wilhelm Pahl als Geschäftsführender Gesellschafter das Unternehmen Bette entscheidend geprägt. Der Wandel von einer kleinen Metallschmiede in Delbrück zu einem modernen, international erfolgreichen Industriebetrieb ist sein Lebenswerk.

Als Unternehmer der alten Schule kannte er jeden Winkel des Werks, alle Prozesse und viele Mitarbeitende persönlich, oft auch deren familiären Hintergrund. Gleichzeitig verstand er es, Verantwortung abzugeben und junge Talente zu fördern. Er hörte auf die Stimmen aus Produktion und Vertrieb und war in Wirtschaft, Politik und der Region hervorragend vernetzt.

So engagierte sich Fritz-Wilhelm Pahl 20 Jahre lang in der IHK Ostwestfalen. Er war von Juli 1982 bis September 2002 Vollversammlungsmitglied der IHK, von September 1990 bis September 1994 deren Vizepräsident und anschließend bis September 2002 Präsident. Aufgrund seiner

herausragenden Verdienste für die regionale Wirtschaft ernannte ihn das Parlament der Wirtschaft im September 2002 zum Ehrenpräsidenten der Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen zu Bielefeld. „Fritz-Wilhelm Pahl war eine der herausragenden Unternehmerpersönlichkeiten der Region. Mit ihm verlieren wir einen maßgeblichen Repräsentanten unserer IHK. Er trat fortwährend und in vorbildlicher Weise für die Belange der Familienunternehmen und des Mittelstandes ein, insbesondere von 1996 bis 2002 als Vorsitzender des Mittelstandsausschusses des Deutschen Industrie- und Handelskammertages“, würdigt der aktuelle IHK-Präsident Jörn Wahl-Schwentker die Verdienste des Verstorbenen. „Mit großem Engagement und hohem Verantwortungsbewusstsein hat Fritz-Wilhelm Pahl in seiner langjährigen IHK-Tätigkeit die Belange der ostwestfälischen Wirtschaft immer erfolgreich vertreten. Dabei setzte er sich fortwährend für die Stärkung der Selbstverwaltung der Wirtschaft sowie des Ehrenamts ein – und förderte so die demokratische Mitgestaltung unserer heimischen Wirtschaftsstruktur“, ergänzt IHK-Hauptgeschäftsführerin Petra Pigerl-Radtke. Und IHK-Geschäftsführer Jürgen Behlke, gleichzeitig Leiter der IHK-Zweigstelle Paderborn + Höxter, betont: „Fritz-Wilhelm Pahl hat sich im Speziellen für die gewerbliche Wirtschaft im Hochstift eingesetzt. Seine große Persönlichkeit und seine prägenden Leistungen zum Wohle der regionalen Wirtschaft werden in der Erinnerung lebendig bleiben.“

Nach dem gelungenen Generationswechsel 2011/2012 blieb Fritz-Wilhelm Pahl dem Unternehmen als Mitglied des Beirats eng verbunden, immer geprägt von der von ihm gelebten „Gelassenheit des Tüchtigen“. Sein Credo bleibt Leitstern: „Es macht Spaß, Unternehmer zu sein – besonders in Ostwestfalen, ganz besonders in Delbrück!“

Hans Beckhoff, Gründer, Geschäftsführer und Gesellschafter des Technologieunternehmens Beckhoff Automation in Verl, ist mit der Rudolf-Diesel-Medaille 2025 geehrt worden. Beckhoff erhielt die Auszeichnung in der Kategorie „Erfolgreichste Innovationsleistung“, die ihn als Visionär und Wegbereiter in der Automatisierungstechnik würdigt. Die Rudolf-Diesel-Medaille ist eine der höchsten und traditionsreichsten Anerkennungen für Innovationsleistung in Europa, die den Stellenwert der Innovationskultur in Deutschland würdigt und die Bedeutung von Erfindergeist und unternehmerischem Mut in den Vordergrund stellt. Sie wird vom Deutschen Institut für Erfindungswesen verliehen. Das Rudolf-Diesel-Kuratorium, bestehend aus rund 60 führenden Technologievorständen und Geschäftsführern mittelständischer Weltmarktführer, sieht in Hans Beckhoff einen Visionär und Wegbereiter, der die Werte der Rudolf-Diesel-Medaille durch seine unternehmerischen Überzeugungen und ein starkes gesellschaftliches Engagement in besonderer Weise verkörpert. Seit der Gründung des Unternehmens im Jahr 1980 zeige sich Hans Beckhoffs Anspruch regelmäßig in technischen Innovationen und Revolutionen, die sich vielfach zu weltweiten Marktstandards in

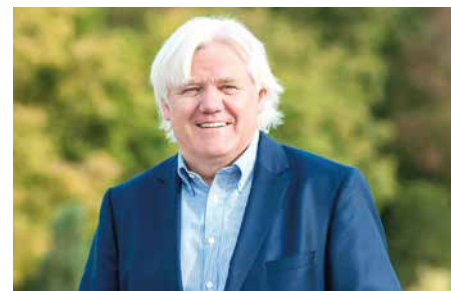


Foto: Dominik Wagner, Eichmeister Kreativagentur

Träger der Rudolf-Diesel-Medaille 2025 Als Erfinder und Unternehmer ist Hans Beckhoff, Gründer, Geschäftsführer und Gesellschafter des Technologieunternehmens Beckhoff Automation in Verl ein Beispiel dafür, wie unternehmerischer Mut und visionäre Ideen die Welt nachhaltig verändern können.

der Automatisierung entwickelt und die Branche damit nachhaltig beeinflusst hätten. Mit seiner Fähigkeit, visionäre Ideen in wirtschaftlichen Erfolg zu verwandeln, hat sich sein Unternehmen zu einem führenden Technologiehersteller im Bereich der Automatisierungstechnik entwickelt. Aktuell beschäftigt Beckhoff rund 5.300 Mitarbeitende weltweit und erzielte 2024 einen Umsatz von 1,17 Milliarden Euro. Seinen Erfindergeist beschreibt Beckhoff so: „Die Welt ist groß und bunt und bietet viele Möglichkeiten. Man muss als Unternehmer ‚lediglich‘ die gebotenen Chancen wahrnehmen, zukunftsweisende Technologien sowie Trends erkennen und mit eigenen Erfindungen Fortschritt erzeugen. Ich bin stolz auf unseren Innovationsgeist und die daraus entstandenen Technologien.“ In seiner Dankesrede betonte der Unternehmer, dass die Auszeichnung dem ganzen Unternehmen gehöre: „Über 600 Entwickler und Produktmanager arbeiten in der Produktentwicklung jeden Tag an neuen fortschrittlichen Automatisierungsprodukten. Über 2.000 Mitarbeitende arbeiten weltweit nah am Kunden, unterstützen unsere Anwender und nehmen deren Wünsche und Anforderungen auf. Unsere Kunden haben also ebenso zu unserem erfinderischen Erfolg beigetragen – durch ihre Rückkopplung zu unseren Produkten, aber auch durch ihre eigenen Ideen. Diese partnerschaftliche Zusammenarbeit zeichnet uns aus und macht uns viel Freude.“



Foto: Premium Food Group

Philipp Orzen (Foto) ist neuer Geschäftsführer von Tönnies Pork und ergänzt die Leitung des größten Geschäftsbereichs innerhalb der Premium Food Group mit Sitz in Rheda-Wiedenbrück. Orzen war mehrere Jahre

lang als kaufmännischer Geschäftsleiter bei Müller Fleisch in Baden-Württemberg tätig. Zuletzt hatte er dort die Transformationsarbeit des Unternehmens als Leiter Project Management Office federführend vorangetrieben. „Wir freuen uns, mit Philipp Orzen einen ausgewiesenen Fachmann mit langjähriger Erfahrung innerhalb der Branche für uns gewinnen zu können“, sagt **Clemens Tönnies**, geschäftsführender Gesellschafter der Premium Food Group. Der 42-Jährige werde in seiner Einarbeitungszeit eng von **Christian Nottbrock** begleitet und von dessen langjähriger Erfahrung profitieren. Nottbrock hatte den Geschäftsbereich kommissarisch nach dem Tod von **Joachim Knoflach** zusätzlich zu seinen eigentlichen Aufgaben übernommen. Zudem wird die Geschäftsführung zum 1. Oktober von **Alexander Häfer** verstärkt. Der langjährige Produktionsleiter wechselt vom Küchengerätehersteller Miele nach Rheda-Wiedenbrück und bringt seine ausgewiesene Fachexpertise unter anderem aus den Bereichen der Prozessoptimierung mit ein.

Michael Kubat, Wirtschaftsförderer der Stadt Büren, ist mit der Goldenen Ehrennadel der Wirtschaftsjunioren Ostwestfalen-Lippe ausgezeichnet worden für sein „unermüdliches Engagement, seine strategische Weitsicht und sein beispielhaftes Wirken“. **Andreas Griesbach** vom Landesvorstand der Wirtschaftsjunioren NRW betonte: „Die Goldene Juniorennadel ist die höchste Auszeichnung des bundesweit größten Verbands junger Unternehmerinnen, Unternehmer und Führungskräfte.“ Die Auszeichnung erhalte nur, wer über viele Jahre aktiv Verantwortung übernommen habe. „Und das hat Michael Kubat in herausragender Weise getan“, erklärt **Raphael Rosenstein**, Vorsitzender der Wirtschaftsjunioren Paderborn+Höxter. Seit seinem Eintritt im Jahr 2013 sei Kubat eine tragende Säule des Juniorenkreises im Hochstift – ob als stellvertretender Ressortleiter „Kultur & Geselliges“, als Leiter des Ressorts „Zukunft & Politik“ oder als langjähriges Vorstandsmitglied. „Insbesondere die politische Arbeit des



Foto: Wirtschaftsjunioren

Höchste Auszeichnung: Andreas Griesbach vom Landesvorstand der Wirtschaftsjunioren NRW (links) überreichte Michael Kubat die Goldene Juniorennadel der Wirtschaftsjunioren Deutschland.

Kreises hat er mit großem Engagement und einem beachtlichen Netzwerk auf Landes-, Bundes- und EU-Ebene maßgeblich geprägt“, lobte Rosenstein. Auch gingen zahlreiche Dialogformate auf seine Initiative zurück, zudem habe er viele wirtschaftspolitische Gesprächsrunden mit Landrat **Christoph Rütter**, dem Bürgermeister der Stadt Delbrück, **Werner Peitz**, und anderen regionalen Akteuren organisiert.

Michael Paulus ist der neue Executive Director des New Yorker Büros von Campus OWL, dem Verbund der fünf staatlichen Hochschulen in OWL. Paulus wechselt vom Rostock International House der Universität Rostock an den Hudson River. Er folgt im Amt **Katja Simons** nach. Für seine neue Aufgabe hat sich der studierte Germanist und Historiker die Festigung der Aktivitäten der fünf staatlichen Hochschulen OWLs und die Ausweitung ihres Netzwerks auf dem nordamerikanischen Kontinent vorgenommen – so will er bestehende Austauschformate für Wissenschaftler und Studierende weiter stärken und den Dialog zu Förderern in Deutschland und den USA intensivieren. „Lehre und Forschung möchte ich hierbei möglichst zusammen denken“, so Paulus. Zum anderen möchte er bestehende Kontakte zu US-amerikanischen und kanadischen Unternehmen weiterentwickeln und neue

14 Unternehmen und Märkte



Foto: T. Everke/HSBI

Will die Verbindungen zwischen den OWL-Hochschulen mit Unternehmen in Nordamerika und OWL stärken Michael Paulus sieht „Science Diplomacy“ als eine seiner Aufgaben.

Kontakte knüpfen. Die fünf staatlichen OWL-Hochschulen – darunter die Hochschule Bielefeld (HSBI), die Hochschule für Musik Detmold, die TH OWL, die Universität Bielefeld und die Universität Paderborn – sind seit 2019 in New York vertreten.

Das Bildungszentrum für informationsverarbeitende Berufe e.V. (bib e.V.) hat einen neuen Vorstand gewählt: den Vorsitz übernimmt **Prof. Dr. Stefan Bieler**, langjähriger Präsident der Fachhochschule für die Wirtschaft Hannover (FHDW Hannover). Zur stellvertretenden Vorsitzenden wurde **Helene Preus** gewählt, Operations Director beim Automobilzulieferer Magna Automotive und Honorar-dozentin an der Fachhochschule der Wirtschaft Nordrhein-Westfalen (FHDW NRW). Ebenfalls in den Vorstand berufen wurden **Sascha Gebhardt**, CIO der KRONE Group und Geschäftsführer bei Krone Business



Foto: bib e.V.

Der neue Vorstand des bib e.V. Prof. Dr. Stefan Bieler, Helene Preus, Sascha Gebhardt und Prof. Dr. Falk Hammer (von links).

Center DigITal, sowie **Prof. Dr. Falk Hammer**, Unternehmensberater und ehemaliger Professor an der FHDW NRW mit umfangreicher Erfahrung in Lehre und Forschung. Der neue Vorstandsvorsitzende, Professor Stefan Bieler freut sich auf die künftige Zusammenarbeit: „Mit dieser Besetzung bringt der Verein Perspektiven aus Bildung, Wissenschaft und Wirtschaft zusammen – verbunden durch das gemeinsame Ziel, hochwertige und praxisnahe Bildungsangebote innovativ weiterzuentwickeln.“ Zum bib e.V. mit Sitz in Paderborn gehören die drei Bildungseinrichtungen bib International College, FHDW NRW und FHDW Hannover. 1972 auf Initiative vom Unternehmer und Computer-Pionier Heinz Nixdorf gegründet, wirft das Bildungszentrum mit einer in 2024 erreichten Steigerung des Gesamtumsatzes und der Gesamtstudierendenzahl einen positiven Blick in die Zukunft. Im Fokus des Vereins stehen Ausbildungs- und Studienangebote, die eine praxisorientierte Nachwuchskräfteförderung für die Wirtschaft sichern.

Die Digitalberatung und Agentur Amplio aus Paderborn will mit Karriere-Klischees aufräumen und gibt jungen Talenten eine Chance: **Carina Graskamp** übernimmt die Rolle des Team Lead Online. Damit verantwortet die 30-Jährige ein achtköpfiges Team und gestaltet künftig die strategische Weiterentwicklung der Online-Marketing-Aktivitäten mit – ein weiterer Meilenstein in ihrer persönlichen Laufbahn und im Wachstumsprozess des Unternehmens. Graskamp ist seit der Gründung von Amplio im Jahr 2023 Teil des Kernteams und kennt die Agenturlandschaft in Ostwestfalen bestens. Ihre berufliche Laufbahn begann mit einer Ausbildung zur Mediendesignerin, gefolgt von einem Bachelor- und Master-Studium im Bereich Kommunikationsmanagement. Erste Berufserfahrungen sammelte sie unter anderem bei PwC und Deichmann. „Der Wunsch, nicht nur operativ zu arbeiten, sondern auch mitzugestalten, ist bei mir mit der Zeit gewachsen“, sagt Graskamp. Die Entwicklung hin zu einer

Führungsrolle sei dabei vor allem dadurch möglich gewesen, dass ihr Raum zur fachlichen und persönlichen Weiterentwicklung gegeben wurde.

„Carina hat bei uns eine beeindruckende Entwicklung durchlaufen – von der Macherin bis zur Führungskraft“, erklärt **Sebastian Filla**, Geschäftsführer bei Amplio. „Ihre Beförderung ist ein starkes Zeichen dafür, dass Agenturen sehr wohl langfristige Perspektiven bieten können, wenn sie wollen – gerade auch hier in Ostwestfalen.“ Auch Geschäftsführer **Jan Hendrik Leifker** betont die strategische Bedeutung: „Wir glauben an nachhaltige Teamführung, nicht an kurzfristige Titel. Carina ist fachlich stark, menschlich verlässlich und kulturell tief mit unserem Anspruch verbunden – Marketing und Technologie im Einklang zu denken.“

Amplio positioniert sich seit seiner Gründung als Hybrid aus Digitalberatung und Agentur, mit Sitz in Paderborn und einem weiteren Standort in Bielefeld. Das Unternehmen ist Teil der TMC Group, einem Zusammenschluss aus drei spezialisierten Agenturen. Aktuell beschäftigt Amplio 17 Mitarbeitende, vor einem Jahr waren es noch zwölf. Die Beförderung von Graskamp stehe exemplarisch für die Haltung von Amplio: Weg von flachen Versprechen, hin zu echter Verantwortung. Über das vergangene Jahr sei Graskamp gezielt an die neue Rolle herangeführt worden – durch enge Zusammenarbeit, wachsende Projektverantwortung und individuelle Förderung.

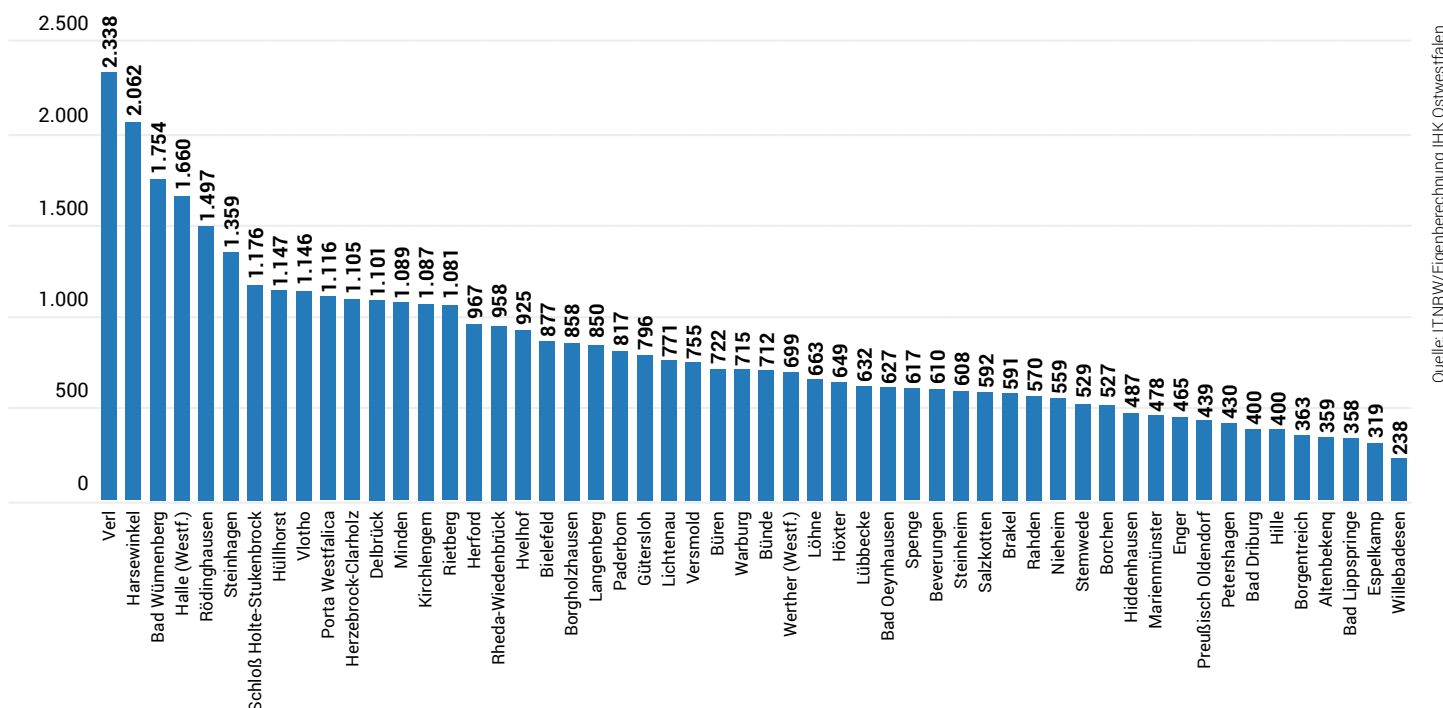


Foto: Patrick Pollmeier & Amplio

Das Führungsteam Sebastian Filla, Geschäftsführer Amplio, Jan Hendrik Leifker, Geschäftsführer Amplio, Carina Graskamp, Team Lead Online Marketing Amplio, und Mirco Welsing, Geschäftsführer TMC Group (von links).

GRAFIK DES MONATS

Gewerbesteueraufkommen 2024 (pro Einwohner in Euro)



Quelle: IT.NRW/Eigenberechnung IHK Ostwestfalen

Gewerbetreibende haben im Jahr 2024 knapp 1,5 Milliarden Euro an Gewerbesteuer an die Kommunen in Ostwestfalen gezahlt. Nach Berechnungen der IHK, auf Basis von Daten von Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW), waren das 0,9 Prozent weniger als im

Jahr zuvor. Landesweit stieg das Gewerbesteueraufkommen um 3,3 Prozent.

Rein rechnerisch lag das Gewerbesteuer-aufkommen in Nordrhein-Westfalen bei 942 Euro pro Kopf. In Ostwestfalen lag das Pro-Kopf-Gewerbesteuer-aufkommen im vergangenen Jahr etwas niedriger, bei 861 Euro. Die Kommunen mit den

höchsten Pro-Kopf-Einzahlungen innerhalb Ostwestfalens waren Verl (2.338 Euro), Harsewinkel (2.062 Euro) und Bad Wünnenberg (1.754 Euro). Die niedrigsten Einzahlungen pro Einwohner hatten Willebadessen (238 Euro), Espelkamp (319 Euro) und Bad Lippspringe (358 Euro).

MEIN GARTEN.
MEINE SPA-OASE.

365 Tage im Jahr

WHIRLPOOL
CENTER

SHOWROOM
BIELEFELD
whirlpool-center.de

Was, wann, wo in Ostwestfalen

Dr. Rainer Dulger ist Hauptredner beim Unternehmertag OWL

Dr. Rainer Dulger, Präsident der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA), ist der Hauptredner beim Unternehmertag Ostwestfalen-Lippe 2025. Der diesjährige Unternehmertag findet am **Montag, 29. September**, in der Bielefelder Stadthalle statt. Beginn ist um 18.00 Uhr. Der Unternehmertag ist traditionell die größte wirtschaftspolitische Veranstaltung der Region und wird von 14 Wirtschaftsorganisationen in OWL getragen. Der Link und die Eintrittskarten sind ab Anfang September erhältlich.

Kontakt:

Jessica Scheele, IHK Ostwestfalen

E-Mail: j.scheele@ostwestfalen.ihk.de



Foto: BDA/Christian Kruppa

Hauptredner beim diesjährigen Unternehmertag Dr. Rainer Dulger, Präsident der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände.

Reihe „Fit für den Erfolg“ bietet Rechts- und Steuerinfos



Foto: fotogestoeber/stock.adobe.com

Das Online-Veranstaltungsformat „Fit für den Erfolg“ richtet sich an Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer. Wer sich gerade selbstständig gemacht hat oder diesen Schritt plant, bereits eine Existenzgründung in Anspruch

genommen und sich nun auf den „unternehmerischen Alltag“ mit seinen vielfältigen (steuer-)rechtlichen Herausforderungen vorbereiten möchte, kann sich für verschiedene Themenbausteine anmelden. Die Teilnahme ist kostenlos. Alle Termine finden von 10.00 bis 11.00 Uhr statt.

Am **Dienstag, 9. September**, heißt es „**Fit für das Geschäft**“ mit Katharina Buddenberg. Auf dem Programm stehen Themen wie: Welche Rechte und Pflichten erwachsen aus einem Vertragsabschluss und wann wird ein Vertrag verbindlich geschlossen? Können sich Unternehmen von Verträgen wieder lösen und wenn ja, wie? Dieser Veranstaltungsteil vermittelt die nötige Sicherheit bei alltäglichen Geschäftsabschlüssen als Unternehmerin und Unternehmer. Vorgestellt werden die in der Praxis häufigsten Vertragstypen.

Am **Dienstag, 16. September**, steht „**Fit für Internet und Werbung**“ mit Christina Meyer auf dem Programm. Was ist zu beachten, um Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht zu vermeiden? Welche

Besonderheiten gelten bei der Gestaltung einer Homepage? Die Veranstaltung zeigt auf, welche rechtlichen Grenzen der eigenen Werbung gesetzt werden.

Am **Dienstag, 23. September**, vermittelt „**Fit für das Finanzamt**“ mit Bernd Falge steuerrechtliche Grundkenntnisse. Wie wird der steuerpflichtige Gewinn ermittelt? Welche Angaben müssen Rechnungen erhalten und wann sind diese steuerpflichtig? Was sollte beim Antrag auf Umsatzsteuerbefreiung beachtet werden?

Am **Dienstag, 30. September**, erfahren Interessierte bei „**Fit für Geschäftsbezeichnung und Firma**“ mit Anna Hönisch welche Möglichkeiten und Grenzen es bei der Namensgebung von Unternehmen gibt. Beantwortet werden Fragen zu Themen wie: Wie darf ich mein Unternehmen nennen? Woher weiß ich, ob mein Name vielleicht schon vergeben ist? Welchen Einfluss hat die Wahl der Rechtsform auf den Namen?

Weitere Informationen
und Anmeldung ▶





Foto: visidia/stock.adobe.com

„ing.meets.society“: Technik trifft Alltag

Unter dem Motto „ing.meets.society“ lädt der VDI OWL, gemeinsam mit der Wissenswerkstatt Bielefeld, am **Montag, 06. Oktober**, von 18.00 bis 21.00 Uhr zu einem besonderen Abend ein: Vier Ingenieure aus der Region berichten auf unterhaltsame Weise aus ihrem Berufsalltag. „Wir wollen zeigen, dass Technik nicht nur spannend, sondern auch gesellschaftlich relevant ist – und dass Ingenieurinnen und Ingenieure dabei echte Zukunftsgestalterinnen und Zukunftsgestalter sind“, so das Organisationsteam des VDI OWL. Von smarter Abfalllogistik über Windenergie bis hin zu Sicherheitstechnologien und innovativer Pflanzenzucht – das Programm zeigt, wie vielseitig Ingenieurberufe sein können. Die Veranstaltung richtet sich an alle technikinteressierten Menschen – ganz ohne Vorwissen. Vortragende sind: Guntram Sauermann, Gärtnererei Ulenburg, mit „Wie Technik beim ressourcenschonenden Pflanzenanbau hilft“, Marco Pläß, Windcores – Rechenzentren in Windkraftanlagen, zu „Nachhaltige IT ganz neu gedacht“, Dario Ostfechtel, safefellows, über „Arbeitsschutz - sicheres Arbeiten im technischen Umfeld“ und Cedric Markwoth, c-trace, „Mit Künstlicher Intelligenz in eine saubere Zukunft“.

Die Vorträge dauern je rund 30 Minuten und werden von einem externen Moderator begleitet. In der Pause bietet sich Gelegenheit zum Austausch mit den Vortragenden, dem VDI OWL und anderen Gästen. Der Eintritt ist frei; eine Anmeldung jedoch erforderlich.

Weitere Informationen
und Anmeldung ▶



+ + + + TERMINTICKER + + + +

Mittwoch, 24. September

Nachfolgewerkstatt

Beginn: 16.00 Uhr

Wissenswerkstatt Bielefeld

Mittwoch, 24. September, und

Donnerstag, 25. September

Intensiv-Workshop

Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) & EU-Lieferkettenrichtlinie (CSDDD)

jeweils 10.00 -17.00 Uhr, kostenfrei

IHK-Hauptgeschäftsstelle in Bielefeld

Der Workshop richtet sich an Führungskräfte, Compliance-/Nachhaltigkeitsbeauftragte, CSR-Verantwortliche und alle, die in ihrem Unternehmen für die Einhaltung lieferkettenbezogener Sorgfaltspflichten verantwortlich sind und entsprechende Maßnahmen in ihrem Unternehmen umsetzen (werden).

Weitere
Informationen ▶



Mittwoch, 24. September

Follow-up: US-Zölle im Fokus

09.30 - 11.00 Uhr, kostenfrei, online

US-Zölle und Handelsvorschriften stellen Unternehmen weiterhin vor Herausforderungen. Die Veranstaltung bietet aktuelle Einblicke in die US-Handelspolitik, praxisnahe Tipps zu Zollthemen und Erfahrungen direkt aus der Unternehmenspraxis.

Weitere
Informationen ▶



Jetzt bewerben: MUT – DER GRÜNDUNGSPREIS NRW 2025 startet

Ab sofort können sich Unternehmensgründerinnen und -gründer aus Nordrhein-Westfalen für MUT – DER GRÜNDUNGSPREIS NRW 2025 bewerben. Bewerberinnen und Bewerber haben die Chance auf Preisgelder von insgesamt 60.000 Euro. Gesucht werden erfolgreiche Unternehmen mit innovativen Geschäftsideen, die zwischen 2020 und 2023 gegründet wurden. Die Bewerbungsfrist läuft **bis Sonntag, 14. September**. RW-Wirtschaftsministerin Mona Neubaur ist Schirmfrau des Wettbewerbs, den die NRW.BANK in diesem Jahr zum 14. Mal ausrichtet: „Gründungen sind der Pulsschlag unserer Wirtschaft. Sie bringen neue Ideen, Arbeitsplätze und oft sogar ganz praktische Lösungen für die Herausforderungen unserer Zeit. Es lohnt sich, an die eigenen Ideen zu glauben und loszulegen. Wir

feiern Menschen, die anpacken, gestalten und unser Land Tag für Tag ein Stück besser machen.“

Johanna Antonie Tjaden-Schulte, Vorständin der NRW.BANK: „Die Beispiele zeigen, wie Gründerinnen und Gründer in Nordrhein-Westfalen wirtschaftliche Zukunft gestalten. Von traditionellem Handwerk über kluge Dienstleistungen bis zu Hightech-Lösungen – von der Herstellung bis zur Weiterverarbeitung: Jede innovative Idee zählt und verdient die gleiche Chance. Mit MUT setzen wir uns dafür ein, dieser Vielfalt die Aufmerksamkeit zu geben, die sie verdient.“

Bewerbung unter ▶



Foto: BRIC

Erstes InnovationFestival: Bielefelder Hochschulen wollen regionale Wirtschaft stärken

Ideen aus der Region für die Region: Am **Mittwoch, 17., und Donnerstag, 18. September**, startet erstmals das InnovationFestival auf dem Campus der Universität Bielefeld und Hochschule Bielefeld. Die Veranstaltung bietet Unternehmen eine einzigartige Gelegenheit, aktuelle Forschungsprojekte kennenzulernen und wertvolle Impulse für ihre Innovationsvorhaben zu erhalten. Organisiert von der Bielefeld Research + Innovation Campus GmbH (BRIC), macht das Festival den direkten Wissens- und Technologietransfer erlebbar und zeigt, wie neue Ideen aus der

Wissenschaft ihren Weg in die Praxis finden. In einem abwechslungsreichen Programm mit rund 70 Beiträgen begegnen sich Fachleute aus Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft in Workshops, Labortouren, Start-up-Pitches und Live-Demonstrationen. Die Teilnahme ist kostenfrei.

Anmeldung unter ▶



FACHTHEMEN 2025

Oktober Personal |
Dienstleistung |
Bildung | Seminare |
BGM | Motivation

Dezember Energieeffizienz |
Umweltschutz |
Nachhaltigkeit |
Recycling

November Recht | Steuern |
Finanzen | Versichern

**ALLE INFOS
UND PREISE:**





Werbung, die ankommt

Mit der Ostwestfälischen Wirtschaft nichts mehr verpassen und vor allem: nicht verpasst werden!

Wer raus in die Welt will, braucht ein passendes Sprachrohr – oder sollte man sagen „Schreibrohr“? Genau das kann die OWi für Sie sein: Als offizielle Zeitschrift der IHK Ostwestfalen zu Bielefeld enthält das regionale Wirtschaftsmagazin „Ostwestfälische Wirtschaft“ wertvolle Informationen und Tipps sowie Nachrichten und Reportagen vor allem für mittelständische Unternehmen. Es richtet sich an alle gewerblichen Unternehmen des IHK-Bezirks, darüber hinaus auch via Abonnement an viele Betriebe der an den IHK-Bezirk angrenzenden Regionen.

**JETZT MIT IHRER
ANZEIGE DABEI SEIN!**

GUT ZU WISSEN

Acht gute Gründe, warum Sie mit einer gezielten Werbung in der Ostwestfälischen Wirtschaft viele potenzielle Kunden in ganz Ostwestfalen erreichen.

1. Das IHK-Magazin ist die Lieblingslektüre der Führungskräfte – lt. REM-Studie 2023 die mit Abstand meistgelesene Wirtschaftszeitschrift.
2. Die „Ostwestfälische Wirtschaft“ richtet sich an alle gewerblichen Unternehmen im Bezirk der IHK Ostwestfalen.
3. Personalisierte Zustellung an Inhaber, Geschäftsführer, Vorstände und Führungskräfte.
4. Diese Entscheider zeichnen sich durch hohes unternehmerisches Interesse aus und haben einen gehobenen Bildungs- und Lebensstandard.
5. Zudem verfügt diese Gruppe aufgrund eines hohen Haushaltsnettoeinkommens über eine sehr starke Kaufkraft.
6. Diese Leserschaft plant und trifft die Entscheidungen über Investitionen.
7. Werbung im IHK-Magazin wird als extrem seriös und glaubwürdig angesehen.
8. IVW-geprüfte Auflage, personalisierte Zustellung, First-Class-Zielgruppe – besser können Sie Ihre Werbung nicht platzieren!



www.owimagazin.de

Made in Ostwestfalen

Innovative Produkte, die Unternehmen aus der Region neu auf den Markt bringen

SITA

Einbauvideos zeigen, wie's geht

Wie einfach eine professionelle Entwässerung und Lüftung flacher Dächer montiert werden kann, zeigt eines der vier neuen Einbauvideos der digitalen Sita Arbeitshilfen im Internet. Attikaentwässerung und Flachdach-Lüftung sind die neuen Themen, die direkt von der Sita Startseite im Web verlinkt wurden. Gezeigt wird die Montage der Attikagullys SitaTurbo sowie des SitaTurbo Max, der saubere Anschluss der SitaTurbo Übergangsstücke sowie der Einbau der Flachdachlüfter SitaVent und SitaVent Revision. Marketingleiterin Katharina Fricke: „Erklärvideos oder Tutorials entsprechen dem heutigen Nutzerverhalten. Sie liefern kompakte Information in kürzester Zeit. Per Handy, Tablet oder PC sind sie überall verfügbar.“ Alle Videos sind nach dem gleichen Prinzip aufgebaut:

Dem Überblick der Produkte im gelben Sita Karton folgt eine Step-by-Step Anleitung der Montageschritte. Sprungmarken, mit denen der User schnell zu merkwürdigen Stellen, seinen Points-of-Interest, zurückfindet, gliedern das Video. Wie aus gedruckten Einbauanleitungen bekannt, liefern Icons und Einblender wichtige Zusatzinformationen, wie beispielsweise einzuhaltende Abstände, Anzahl der Schraubdrehungen, Anziehmomente je nach Dachbahn oder Trockenzeiten für Dämmstoffkleber.

www.youtube.com/@sitabauelementegmbh



Foto: Sita

SCHÜCO

Für eine automatisierte Montage

Mit der vollautomatischen Vier-Kopf-Eckverbindermaschine Schüco CC 800 mit automatischem Ein- und Austransport legt das Unternehmen den Grundstein für eine einfache, effiziente und schnelle Montage. Alle 70 Sekunden könne ein manuell vorgesteckter Rahmen passgenau gestanzt und austransportiert werden – egal ob ein kleines Fenster mit 380 x 420 mm oder große Fassaden- und Schiebeelemente mit Größen von bis zu 4.000 x 6.500 mm. Verarbeiter profitierten von einem vollautonomen Stanzprozess, der sich für unterschiedliche Profilgeometrien eigne. Selbst Profile mit voreingezogener Dichtung könnten problemlos verarbeitet werden. Besonders benutzerfreundlich werde die Bedienung durch die einfache Ansteuerung über SchüCal, kombiniert mit der Dateneingabe durch Bar- oder Matrixcodes.



Foto: Schüco International KG

Außerdem überzeuge die Eckverbindermaschine mit einem integrierten, vollautomatischen Ausgleich von Profiltoleranzen. Und auch eine einfache Bearbeitung von Profilen mit Ebenenversatz ohne den Einsatz von Spezialmessern sei mit der CC 800 möglich.

www.schueco.de

TORWEGGE

Effizienzsteigerung mit neuer Kunststoffspritzmaschine

Die TORWEGGE GmbH & Co. KG hat eine neue Kunststoffspritzmaschine vom Typ Demag 220t in Betrieb genommen. Die vollelektrische Anlage produziert technische Kunststoffteile im Spritzgussverfahren und ermöglichte, ohne teure Spezialausrüstung, die Herstellung von Zwei-Komponenten-Bauteilen. Damit steigere der Intralogistikspezialist die Effizienz der eigenen Rollenfertigung, automatisiere manuelle Abläufe und reduziere zugleich den Energieverbrauch. Die neue Maschine verarbeitet Kunststoffe wie PP, PA6, TPU und TPE mit hoher Präzision (Toleranz: 0,01 mm) und einer Einspritzgeschwindigkeit von bis zu 600 mm pro Sekunde. Je nach Bauteil und eingesetztem Werkzeug könnten täglich bis zu 4.000 Rollen her-

gestellt werden. Besonderes Highlight sei der integrierte 5-Achs-Roboter, der das Einlegen von Felgen und Kugellagern automatisiere. Eine verlängerte X-Achse ermögliche die automatische Übergabe von Halbfertigteilen an eine zweite Maschine. So entstehe ein durchgängiger Prozess, mit dem auch Zwei-Komponenten-Spritzguss (2K)-Bauteile aus unterschiedlichen Materialien und Farben hergestellt werden könnten.

www.torwegge.de



Foto: Torwegge

**Mit einem Sprung
zum gesunden Betrieb**

**Stress ist kein
Erfolgsindikator –
ein gesundes
Team schon**

„Wer in die mentale Gesundheit seiner Mitarbeitenden investiert, investiert in die Zukunft und Produktivität seines Unternehmens,“ davon ist Anna Simon, Coach und Beraterin für mentale Gesundheit und Landesvorsitzende 2022 Wirtschaftsjuvenen NRW e.V., überzeugt. Gesunde Mitarbeitende sind die Basis für den Erfolg.

Die BGF-Koordinierungsstelle Nordrhein-Westfalen ist Ihr erster Ansprechpartner, wenn es um Betriebliche Gesundheitsförderung geht.

Kostet nix, bringt viel: Springen Sie jetzt!
www.bgf-koordinierungsstelle.de/nrw



BGF
Koordinierungsstelle
NORDRHEIN-WESTFALEN

**Jetzt
Beratungs-
anfrage
starten!**

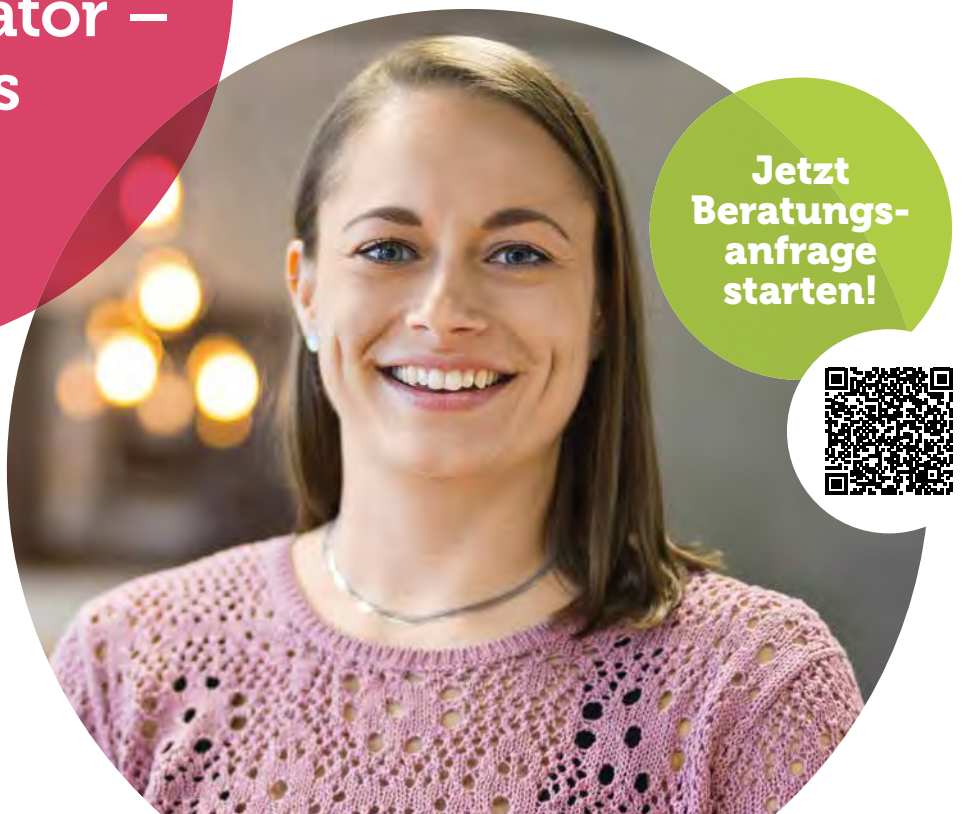






Foto: DSC Arminia Bielefeld

Sportsponsoring ist heute ein zentrales Element moderner Marketingstrategien und ein milliardenschweres Geschäft, das sich ständig weiterentwickelt. Authentizität und Unterhaltung gewinnen zunehmend an Bedeutung, ebenso der Frauensport. Drei Beispiele aus Ostwestfalen.

„Unser Sponsoring findet überwiegend in unserer Heimatregion Ostwestfalen statt und zeigt unsere enge Verbindung dazu“, sagt Sven Wortmann, Mitglied des Aufsichtsrates der Wortmann AG, und unterstreicht: „Wir sind einfach mit unserer Heimatregion verwurzelt.“ Das Unternehmen ist seinen Worten nach ein bedeutendes deutsches und europäisches IT-Unternehmen aus Hüllhorst im Kreis Minden-Lübbecke, das sich bereits seit Jahren umfassend im Sportsponsoring engagiert. Das bekannteste Engagement sei das Sponsoring der TERRA WORTMANN OPEN, dem wichtigsten und größten Tennisturnier Deutschlands, das bis mindestens 2026 unterstützt werden soll. Darüber hinaus sponsert die Wortmann AG den 2. Fußball-Bundesligaverein DSC Arminia Bielefeld seit rund 20 Jahren und weitete dort ihr Engagement in der Saison 2023/24 als Partner aus. Des Weiteren engagiert sich das Unternehmen auch im Amateur- und Regionalsport in Ostwestfalen, beispielsweise beim TuS Tengern und dem SV Rödinghausen im Fußball, dem TuS-Nettelstedt-Lübbecke im Handball und dem Herforder EC im Eishockey.

Der Umsatz der AG betrug im vergangenen Geschäftsjahr 2024 rund eine Milliarde Euro; die Wortmann Gruppe, zu der mehr als 30 Unternehmen aus verschiedensten Branchen zählen, erwirtschaftete im Vorjahr einen Rekordumsatz von 2,13 Milliarden Euro mit PCs, Notebooks und zum Beispiel Displays der eigenen Marke TERRA. „Dass wir nicht bei jedem Konsumenten so präsent sind, liegt an unserer Vertriebsstrategie. Wir sind im B2B-Bereich unterwegs und nicht im privaten Endkundenbereich. Als Hersteller, Distributor und Cloud-Service-Anbieter bedienen wir dafür mit rund 800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern allein am Standort Hüllhorst über 16.000 Fachhändler und Systemhäuser in ganz Europa“, sagt der gelernte Bankkaufmann.



Foto: TERRA WORTMANN OPEN

Siegerehrung der TERRA WORTMANN OPEN 2025 Tennislegende Boris Becker (Mitte) überreichte die Trophäen an den Sieger Alexander Bublik (links) und den Zweitplatzierten Daniil Medwedew.

SPORTAFFINE FAMILIE

Angefangen hatte alles im Jahr 1986 im elterlichen Wohnhaus von seinem Vater, Firmengründer Siegbert Wortmann. Er, seine Ehefrau Gabriele und sein Freund Thomas Knicker waren sich sicher, dass der IT-Markt großes Wachstum versprach. Zunächst wurden unter der Marke TERRA IMPEX Disketten im- und wieder exportiert. Das Unternehmen wuchs schnell und der erste TERRA PC wurde hergestellt und verkauft.

Die Unterstützung des lokalen und regionalen Sports habe seinem Vater schon früh am Herzen gelegen. Nach dem heimischen Fußballverein TuS Tengern, in dem sein Vater und auch er selbst aktiv waren, seien immer mehr gesponserte Vereine hinzugekommen. Außerdem spielte Tennis auch schon länger eine Rolle im Hause Wortmann, denn sowohl Vater Siegbert als auch sein Sohn Sven sowie seine Tochter Svenja schwangen den Schläger. Als dann 1993 quasi vor der

Haustür in Halle ein Rasenturnier mit Weltklasse-Tennisprofis begann, war die Wortmann AG auch hier als Sponsor mit von der Partie. Damals hieß das Turnier noch Gerry Weber Open, benannt nach der gleichnamigen Modemarke, die Gerhard Weber und sein Partner Udo Hardieck gegründet hatten.

Foto: WORTMANN AG

NAMENSRECHTE GESICHERT

2020 wurde das Stadion nach dem insolvenzbedingten Rückzug der Gerry Weber International AG in OWL ARENA umbenannt. Zum 1. Januar 2021 stieg die Wortmann AG als neuer Partner sowohl in die Betreibergesellschaft der OWL ARENA ein als auch in die des angrenzenden Vier-Sterne-Hauses. Sven Wortmann führt neben Ralf Weber die OWL-Sport & Event GmbH & Co. KG. „Ab dem Turnier 2022 sicherten wir uns zudem die Namensrechte, so dass das Turnier von nun an TERRA WORTMANN OPEN hieß“, erläutert der 37-Jährige. Allein für das Tennis-Sponsoring investiere die Unternehmensgruppe einen höheren siebenstelligen Euro-Betrag pro Jahr, so Sven Wortmann, für das übrige Sponsoring, die Weihnachtsspende und sonstige Unterstützungen über das ganze Jahr werde nochmals eine ähnliche Summe in die Hand genommen.

ENORME KUNDENBINDUNG

Für die gesamte Wortmann Gruppe sei das Titelsponsoring ein Glücksgriff. Sven Wortmann: „Kundenbindung und die Anbahnung von neuen Geschäftspartnerschaften funktioniert an den Tennistagen von Halle ausgezeichnet. So etwas kann man nicht vergleichen mit einem normalen Stadionbesuch, etwa bei einem klassischen Fußballspiel.



Sven Wortmann

Wir haben hier den ganzen Tag Weltklassespiele und Stars in greifbarer Nähe, die sich Zeit nehmen und bei uns am Stand für einen Talk vorbeischaauen.“ Für die Wortmann AG sei das Tennisturnier mit das wichtigste Kundenevent im Jahr und „eine ideale Plattform mit gleichermaßen regionaler Verwurzelung und großer nationaler wie internationaler Strahlkraft“, erklärt Sven Wortmann.

IM GELBEN TRIKOT

Weltweite Aufmerksamkeit erzielt auch der Radsport. Wer sich insbesondere für Profi-Radsport interessiert, kommt an Alpecin nicht vorbei. Der Bielefelder Hersteller Dr. Wolff des Marken-shampoos Alpecin ist nach eigenen Angaben dienstältester Sponsor im Radsport in Deutschland. Bereits im Jahr 1949 war das Unternehmen Hygiene- und Haarpflege-Lieferant der Deutschland-Tour. „Ende der 50er-Jahre haben wir bereits erstmals als Sponsor einer professionellen Radsport-Mannschaft fungiert“, erinnert sich Eduard R. Dörrenberg, geschäftsführender Gesellschafter der Dr. Wolff Group. Seit 2015 sei das Unternehmen mit der Männerserie Alpecin als Sponsor wieder im professionellen Radsport aktiv. Anfangs noch beim Team Giant-Alpecin und zwischenzeitlich beim Team Katusha-Alpecin. Seit 2020 sponsert die Dr. Wolff Group das Profiteam Alpecin-Deceuninck, „eines der weltbesten-Radteams“, so der CEO.

„LIVESPORT IST EMOTIONAL“

„Im Sport wie auch im Unternehmen engagieren wir uns langfristig und nachhaltig. Mit Herzblut, ‚der Passion for Performance‘ und niemals aufzugeben schlagen wir eine Brücke zum globalen Business und unseren Produkten. Arminia Bielefeld, Henry Maske, die TERRA WORTMANN OPEN oder der TBV Lemgo sind weitere Beispiele unseres Engagements der vergangenen Jahre“, zählt Dörrenberg auf. Aktuell liege der Fokus – auch aufgrund weltweiter Verfügbarkeit – auf der Marke Alpecin. „Wir wollen sie weltweit bekannt machen und der Radsport ist damit die Speerspitze der Globalisierung der Marke, denn Livesport ist emotional, bietet viele Chancen und begeistert Radsportfans weltweit. Die Tour de France ist das größte jährlich stattfindende Sportereignis und wird in über 190 Länder übertragen“, begründet Dörrenberg, der bei der Dr. Wolff Group verantwortlich zeichnet für die Bereiche Forschung & Entwicklung, Marketing, Vertrieb und Personal. Darüber hinaus gebe das Sponsoring der Marke auch die Möglichkeit, eigene Inhalte für digitale und soziale Kanäle zu erstellen und mit Konsumenten in direkten Austausch zu treten.

DIE MARKE ERLEBBAR MACHEN

„Der Support und Kontakt zur Basis ist für uns wichtig und Teil unserer Gesamtstrategie. Als Marke,



Eduard R. Dörrenberg

Foto: Dr. Wolff Group



Foto: Dr. Wolff Group/PHOTONEWS

Sprintstark Jasper Philipsen gewann die 1. Etappe der Tour de France 2025 in Lille für das Team Alpecin-Deceuninck.

Fortsetzung auf Seite 26 ►

die seit Jahrzehnten fest im Radsport verankert ist, sehen wir etwa Jedermann-Rennen als direkten Kontaktpunkt zur Basis des Sports – genau dort, wo Leidenschaft, Authentizität und Gemeinschaft gelebt werden“, erklärt der Radsport-Enthusiast, der selbst des Öfteren als Ausgleichssport in die Pedale tritt. Das biete die Möglichkeit, die Marke erlebbar zu machen und mit der Kernzielgruppe in einem Umfeld in den Dialog zu treten, „der zu unserem Markencharakter passt: männlich, leistungsorientiert und niemals aufgeben, auch nicht seine Haare“.

Mit der Website Alpecin Cycling und auf den entsprechenden Social-Media-Kanälen werde außerdem ein umfassendes Infoangebot für Radsportbegeisterte geboten. Dörrenberg: „Wir stellen hier relevante Informationen in Form von Content zur Verfügung, von Informationen zu aktuellen Ergebnissen der Profiteams bis hin zu Trainings- und Ernährungstipps für Jedermann. Nutzern wird so ein positives Erlebnis mit unserer Marke ermöglicht.“ Besonders in neuen Märkten unterstütze das Sponsoring die Markteinführung von Alpecin und ermögliche durch zielgerichtete Kommunikation eine messbare Wirkung beim Markteintritt.

Darüber hinaus ist die Marke Alpecin aber auch bei anderen aktuellen Sponsoringaktivitäten sichtbar, wie etwa vor, während oder nach dem DFB-Pokalendspiel von Arminia Bielefeld gegen den VfB Stuttgart am 25. Mai im Berliner Olympiastadion. Selbst für die Endspielniederlage war die Unternehmensgruppe gerüstet, die neben Kosmetik- auch Pharmazeutika herstellt und im Jahr 2024 mit rund 900 Mitarbeitenden weltweit einen Umsatz von 418,7 Millionen Euro erzielte.

„Ein Finale kann man verlieren. Haare nicht. Danke Männer“, begrüßten etwa Leuchtreklamen am Bielefelder Bahnhof die Fans. „Beim DFB-Pokalfinale hat Dr. Wolff seine Unterstützung für die Mannschaft und die Fans in Bielefeld und Berlin durch motivierende Motive auf Screens und Infowänden gezeigt“, erläutert Gesellschafter Dörrenberg; auch nach der Niederlage aufmerksamkeitsstark.

BEKENNTNIS ZUR REGION

Dr. Wolff ist im Übrigen seit 70 Jahren offizieller Sponsor von Arminia. „Mein Großvater Dr. Kurt Wolff war selbst früh im Präsidium von Arminia aktiv und zum Beispiel von 1953 bis 1955 Präsident. Wir leiden und feiern zusammen, denn wir sind seit je her mit dem Unternehmen in Bielefeld verwurzelt und wollen damit ein klares Bekenntnis zur Region geben. Wir unterstützen den heimischen Sport.“

Das sei ein Invest mit vielen Säulen, mit internationaler Reichweite und einer globalen Wahrnehmung. Wie hoch das finanzielle Invest allein für die Marke Alpecin im Sportsponsoring insgesamt ist, dazu möchte sich der Vorsitzende der Geschäftsführung nicht äußern. Laut Tour de France-Magazin hatte Alpecin Deceuninck 2023 ein Gesamt-Budget aller Sponsoren von etwa 13 Millionen Euro, das Portal ProCyclingUK schätzte das Budget sogar auf 15 bis 25 Millionen Euro. Es scheint sich jedenfalls insgesamt zu rechnen, wie das weltweite Sportsponsoring-Engagement der Dr. Wolff Group bei der Marke Alpecin zeigt.

FRAUENFUSSBALL IST IN

Erfolgreich und reichweitenstark ist auch das Sponsoring eines weiteren ostwestfälischen Unternehmens. Mehr als sieben Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer verfolgten laut AGF-Videoforschung live im ZDF das Finale der UEFA-Frauen-EM 2025 – und was war beim entscheidenden Elfmeterschießen und dem Sieg der Engländerinnen gegen die Spanierinnen in Basel hinterm Tor groß im Bild zu sehen? Ein Miele-Werbebanner. „Miele Schweiz war nationaler Partner der WOMEN’S EURO 2025“, sagt Christian Gerwens, im Unternehmen als Senior Vice President Region DACH und Global Key Account + Export tätig. „Das Sponsoring der Frauenfußball-Europameisterschaft ist ein regionales Engagement der Miele Schweiz gewesen. Die nationale Kampagne umfasste neben Bandenwerbung in allen acht Stadien auch TV-, Radio-, Digital- und



Foto: Dr. Wolff Group

Hält zur Mannschaft Die Alpecin-Werbung am Tag des DFB-Pokalfinales für den DSC Arminia Bielefeld in Berlin.



Foto: Miele & Cie. KG/Alex Caparros - UEFA/UEFA via Getty Images

Beste Sendezeit Beim Elfmeterschießen im Finale der Frauenfußball-Europameisterschaft 2025 in Basel zwischen dem späteren Sieger England und Spanien stand das Miele-Logo mit im Mittelpunkt.

Social-Media-Maßnahmen sowie Events und Fan-zonen-Aktivierungen in Zürich und Genf. Es handelt sich also um ein breites Maßnahmenpaket an allen relevanten Touchpoints, das auf Sichtbarkeit, Interaktion, Markenbindung und gesellschaftliches Engagement abzielte.“

NUR AUSGEWÄHLTES SPONSORING

Grundsätzlich engagiert sich die Miele-Gruppe mit Hauptsitz in Gütersloh, die im Geschäftsjahr 2024 weltweit 23.500 Menschen beschäftigte und mit Haushalts- und Gewerbegeräten einen Umsatz von 5,04 Milliarden Euro erzielte, neben der Kultur und für die Gesellschaft insbesondere im Sport. „Aktuell sind wir zum Beispiel offizieller Partner des FC Bayern München und des Innovationszentrums Living Tomorrow in Brüssel“, betont Gerwens. Die kontinuierliche Kulturförderung und das gesellschaftliche Engagement des Unternehmens erfolgten auch über Spenden sowie die Miele Stiftung. „Dabei konzentrieren wir uns vor allem auf die Regionen rund um unsere Unternehmensstandorte beziehungsweise Gütersloh und OWL“, erklärt der 60-Jährige. In erster Linie hänge ein Sponsoring-Engagement davon ab, ob es auf die strategischen Ziele des Unternehmens einzähle. Darüber hinaus spielten Ziele in der Marketing- und Mediaplanung eine zentrale Rolle. „Und der Brand Fit muss passen – also die Übereinstimmung der Markenwerte“, so der Manager. „Wir gehen hier sehr gezielt vor und sponsern nur sehr ausgewählt.“

Sportsponsoring im heutigen Sinne betreibt Miele erst seit 2020. „Aktuell konzentrieren wir uns ausschließlich auf den FC Bayern München sowie passende Anlässe wie die WOMEN’S EURO 2025“. So sei Miele seit 2020 Partner des FC Bayern

München. „Zwei Premiummarken mit langer Tradition, die ihre Fans immer wieder begeistern – das verbindet uns“, hebt Gerwens hervor. Herzstück der Partnerschaft ist seiner Schilderung nach die Miele Lounge in der Allianz Arena, „in der wir unseren Gästen ein exklusives Erlebnis aus Spitzensport und Kulinarik bieten.“ Auch außerhalb der Spieltage fänden dort besondere Veranstaltungen statt, etwa Kochevents. „2023 haben wir die Zusammenarbeit noch einmal ausgeweitet, zum Beispiel auf Aktivierungsrechte in Brasilien, Mexiko und den USA – auch mit Blick auf die Fußball-WM 2026 in Nordamerika.“ Miele konzentrierte sich gegenwärtig bewusst auf den Sport mit dem runden Leder, denn Fußball sei ein emotionales Thema mit großer Reichweite und breitem Publikum. Entsprechend lägen die Ziele in der Steigerung der Markenbekanntheit, der Imagepflege und der Ansprache neuer Zielgruppen. Beide Sponsoring-Partnerschaften binden darüber hinaus Testimonials ein. So nutzte Miele Schweiz die WOMEN’S EURO 2025 beispielsweise zur Bewerbung der neuen Waschmaschinen Nova W2/T2 – durch Profifußballerin Naomi Luyet und dem ehemaligen Nationalspieler Johan Djourou.

MARKENBEKANNTHEIT STEIGERN

Wie hoch das Investment dafür und im Sportsponsoring im Allgemeinen im Unternehmen sei, „darüber machen wir grundsätzlich keine Angaben“, mauert das Unternehmen Miele in einer Mitteilung, um in der Fußballersprache zu bleiben, erläutert aber: „Ein Investment in die Marke zahlt sich langfristig immer aus – für das Unternehmen, die Mitarbeitenden und auch für den lokalen Handel. Die Erfüllung



Foto: Miele & Cie. KG

Christian Gerwens

Fortsetzung auf Seite 32 ►

unserer strategischen Ziele, wie die Steigerung von Markenbekanntheit und Image sowie begleitende Werbekampagnen, wirken letztlich verkaufsfördernd. Die Beschäftigten profitieren aber auch direkt durch interne Programme, die mit dem Sponsoring verknüpft sind, wie zum Beispiel Verlosungen von Tickets.“

Senior Vice President Christian Gerwens sagt abschließend: „Bei jeder Kampagne, auch im Sponsoring, definieren wir klare Ziele, etwa hinsichtlich Markenbekanntheit, Reichweite und Resonanz in den jeweiligen Kanälen. Und wir prüfen kontinuierlich, welche Möglichkeiten bestehen oder sich neu ergeben, um strategisch passende Kooperationen einzugehen.“ Bei der diesjährigen Frauenfußball-Europameisterschaft dürfte sich das Engagement zumindest aus Sicht der TV-Reichweite in Deutschland für Miele gelohnt haben: Allein das Halbfinale der deutschen Frauen bei der Fußball-EM gegen Spanien haben laut ARD mit 14,3 Millionen so viele Menschen gesehen wie kein anderes bei diesem Turnier.

STRAHLKRAFT FÜR REGION

Dass sich ihr Sportsponsoring bei Veranstaltungen oder etwa Vereinen nicht nur für ostwestfälische Unternehmen selbst lohnt, sondern sogar der gesamten Region oder einzelnen Städten und Gemeinden zugutekommt, belegt eine aktuelle Untersuchung. Über 150 Millionen Euro generierte der DSC Arminia Bielefeld in der vergangenen 3. Ligasaison an wirtschaftlichen, medialen und gesellschaftlichen Mehrwert für die Stadt Bielefeld, belegt eine aktuelle Studie von Nielson Sports im Auftrag des Vereins. Ein Wert, der durch den Aufstieg in die 2. Bundesliga sogar auf über 200 Millionen Euro ansteigen könnte.

ÖKONOMISCHER EFFEKT IST VIELSCHICHTIG

Dabei zeigt sich der ökonomische Effekt vielschichtig: Neben Einnahmen aus Ticketing, Sponsoring und Merchandising profitiert auch die lokale Wirtschaft an Spieltagen – etwa durch Gastronomie, Hotellerie und Einzelhandel. Darüber hinaus entstehen laut Studie jährlich Steuereffekte von rund 8,3 Millionen Euro durch Lohn- und Umsatzsteuer sowie Sozialabgaben.

Auch der mediale Werbewert ist demnach beachtlich: Der Name „Bielefeld“ taucht in jeder Saison auf reichweitenstarken Plattformen auf. Zudem ist der Verein über 270 Stunden im TV präsent, oft mit direktem Stadtbezug. Der geschätzte Werbewert liegt bei 53 Millionen Euro pro Saison – im Vorjahr inklusive des DFB-Pokal-Viertelfinales gegen SV Werder Bremen sowie



Foto: Arminia Bielefeld

Christoph Wortmann

weiteren 17,25 Millionen Euro durch das Erreichen des Halbfinals und des Endspiels, etwa durch das Sponsoring auf dem Trikotrücken und Textnennungen.

Die demografische Analyse belegt, dass der DSC eine treue und wirtschaftlich starke Fangemeinschaft hat. Der typische Fan ist laut Studie männlich, 36 Jahre alt, gebildet und einkommensstark. Fast die Hälfte der Besucher kommt aus dem Stadtgebiet, der Rest aus dem direkten Umfeld – im Schnitt legt ein Zuschauer 56 Kilometer Anfahrt zurück. Dabei geben 84 Prozent der auswärtigen Fans an, Bielefeld erneut zu besuchen, rund 90 Prozent empfehlen die Stadt weiter. Viele Besucher geben an, dass sie sich hier eine private oder berufliche Zukunft vorstellen könnten – Aussagen, die nach einem Heimspiel getroffen wurden und einen positiven Effekt auf das Stadtmarketing haben.

ARMINIA WIRKT ÜBER DEN SPORT HINAUS

„Die Zahlen belegen beeindruckend, dass Arminia weit über den Sport hinauswirkt: Als Wirtschaftsfaktor, als Imageträger und als Motor für die Gesellschaft und Gemeinschaft in der Region. Die emotionale Bindung der Menschen, gepaart mit einer messbaren ökonomischen Leistungskraft, macht den Verein zu einem unverzichtbaren Standortfaktor für Stadt und die Region Ostwestfalen“, sagt DSC-Geschäftsführer Christoph Wortmann.

Die Studie wurde im Januar 2025 ausgewertet. Der Aufstieg in die 2. Bundesliga und das Erreichen des DFB-Pokalfinales flossen nicht mehr in die Bewertung ein. Laut Ausblick auf das Jahr in der zweithöchsten Spielklasse könnte die Gesamtwertschöpfung auf 204 bis 228 Millionen steigen – durch höhere Zuschauerzahlen, größere Medienreichweite sowie zusätzliche Sponsoring- und TV-Einnahmen.

Jörg Deibert, IHK

„Für Frauensport interessiert sich die Hälfte der Weltbevölkerung“

INTERVIEW Professor Dirk Schröder befasst sich mit Sport- und Eventmanagement. Der Sponsoring-Experte hat drei wichtige Erkenntnisse für zukünftiges Engagement: Die Bedeutung von Sportsponsoring nimmt weiter zu, Entertainment liegt voll im Trend und das Sponsoring muss zur Firma passen.



Foto: Pete Saloutos/stock.adobe.com

**Herr
Professor
Schröder, welche
Bedeutung hat das Sportsponsoring aktuell?**

Das Sportsponsoring ist eines der wichtigsten Marketinginstrumente der Kommunikationspolitik eines Unternehmens, dessen Bedeutung in den vergangenen Jahren weiter gestiegen ist und in Zukunft weiter ansteigen wird. Aktuell umfasst der gesamte Sponsoringmarkt – bestehend aus Kultur, Sozialem, Medien und Sport – in Deutschland über sechs Milliarden Euro. Dabei stellt das Sportsponsoring mit rund vier Milliarden Euro den größten Bereich dar.

Da sich die Produkte und Dienstleistungen in Bezug auf Qualität und Funktionen immer mehr angleichen, nutzen immer mehr Unternehmen die Emotionalität, die Bekanntheit und das Image der einzelnen Sportarten, um sich zum Beispiel durch Storytelling innerhalb des Sponsorings von seinen Mitbewerbern abzuheben und um die eigenen Unternehmensziele bestmöglich zu erreichen. Grundvoraussetzung für ein erfolgreiches Sportsponsoring ist ein professionelles Konzept mit den vier Phasen Analyse, Strategie, Realisation und Kontrolle.

Seitfallzieher als Sportentertainment
Frauenfußball bringt laut Professor Dirk Schröder neuen Schwung ins Sportsponsoring-Business.

Welche Sportarten liegen im Trend und warum?

Im Trend liegen zum Beispiel Padeltennis – also Tennis meets Squash, Hyrox, ein Wettkampfformat mit Kraft- und Ausdauertraining, Pickleball, eine Mischung aus Badminton, Tennis und Tischtennis, American Football und generell Frauensport, dabei aber insbesondere Frauenfußball. Die Gründe dafür sind vielfältig und vielschichtig. Pickleball etwa ist eine Rückschlagsportart, die generationsübergreifend von Jung und Alt gespielt werden kann. Padeltennis ist eine Mischung aus Dynamik, Taktik und Spaß, die sehr abwechslungsreich ist. Hyrox bietet für alle Kraft- und Ausdauertrainierenden ein Wettkampfformat. Bei diesen drei Sportarten sind die Regeln sehr einfach zu lernen. American Football verbindet ebenso wie die neuen Hallenfußballformate Kings League oder Baller League Sport mit Entertainment, was besonders die jungen Zielgruppen anspricht.

Für Frauensport generell interessiert sich laut dem aktuellen Global Sports Report von Nielsen die Hälfte der Weltbevölkerung. Das ist für Unternehmen auch in Deutschland ein sehr wichtiger Aspekt, um die Bekanntheit zu steigern – und das bei bezahlbaren Engagements. Außerdem müssen die medialen Reichweiten stimmen, wie das etwa bei den Spielen der deutschen Frauennationalmannschaft bei der Fußball-EM 2025 in der Schweiz der Fall war. Das zeigt auch das Miele-Beispiel auf Seite 26.

Fortsetzung auf Seite 30 ►

Unabhängig von den Trendsportarten sind für ein erfolgreiches Sportsponsoring aber immer die anvisierten Zielgruppen der Unternehmen entscheidend. So haben sich zum Beispiel Unternehmen der Versicherungsbranche durch gut konzipiertes, authentische Sportsponsoring erfolgreich im eSport etabliert. Unabhängig von den Trendsportarten, wird der Männerfußball für Sportsponsoring aber immer attraktiv sein.

Die weltweiten Investitionen von Sportsponsoren sollen laut Statista aktuell bei rund 114 Milliarden US-Dollar liegen. Ist Sportsponsoring nur etwas für Großunternehmen?

Die Antwort ist eindeutig „nein“. Unabhängig davon, ob ich ein global, international, national, regional oder lokal arbeitendes Unternehmen bin – es kommt immer auf die Ziele und die Zielgruppen an. Als erstes muss ein Unternehmen analysieren, wo es steht: Wo sind meine Stärken und Schwächen und die meiner Mitbewerber, welche Chancen und Risiken herrschen extern auf dem Markt? In der folgenden Strategiephase wähle ich ein geeignetes Sponsorship aus. Auf Grundlage der Ziele wie Bekanntheit, Image, Kundenbindung, Standortmarketing oder Personalgewinnung und der Zielgruppen muss ein Unternehmen entscheiden, in welche Sportart es investiert; ob es Vereins-, Verbands- oder Einzelsportler-Sponsoring sein soll und welche verschiedenen Maßnahmen am erfolgversprechendsten sind. Und das unter den Rahmenbedingungen des vorhandenen Budgets und Personals. Was nützt die beste Strategie, wenn die Maßnahmen nicht passen? Deshalb sollte vor der Umsetzung das Konzept von Experten oder auch Personen der Zielgruppe getestet werden, ob die gewünschten Ziele auch damit erreicht werden können. Bei der Prozesskontrolle sollte dynamisch während der Laufzeit des Sponsorships regelmäßig überprüft werden, wie der Zwischenstand der Zielerreichung ist oder ob gegebenenfalls Korrekturen beschlossen werden müssen. Die Effektkontrolle überprüft dann nach Ende eines Events oder einer Saison, ob die zu Beginn festgelegten Ziele erreicht wurden.

Wie können sich auch kleine und mittlere Unternehmen engagieren und lohnt sich das für sie überhaupt?

Grundlage für ein erfolgreiches Sportsponsoring ist wie beschrieben ein professionelles Konzept. Und das ist unabhängig von der Größe eines Unternehmens oder der Branche. Die Festlegung der Ziele und die Erreichung der Zielgruppe bilden dabei das Fundament. Das kann etwa im B2B-Bereich der Business-Club eines Vereins sein, um mit anderen Unternehmen Geschäftsbeziehungen aufzunehmen, sei es im Ein- oder Verkauf. Oder um junge Zielgruppen zu erreichen, können Maßnahmen in der eSport-Abteilung eines Vereins erfolgreich sein. Einbindung von Storytelling in die Social-Media-Kanäle ist in der Regel ebenfalls ein geeignetes Instrument. Entscheidend dabei ist – das Unternehmen muss authentisch bleiben und das Sponsoring muss zum Unternehmen passen.

Wer gibt dabei den Ausschlag fürs Sportsponsoring – Firmenchef oder Marketingabteilung?

Erfolgreiches Sponsoring sollte vom ganzen Unternehmen gelebt und getragen werden. So wie die Ausrichtung des Marketings von der Unternehmensleitung vorgegeben werden sollte. Jede Firmenchefin oder jeder Firmenchef ist dabei gut beraten, sich mit der Marketingleitung abzusprechen. Es gibt natürlich genauso Impulse aus der Marketingabteilung an die Firmenleitung. In der Praxis gibt es zum Beispiel Unternehmen, in denen die Marketingabteilungen ein bestimmtes Budget für Sponsoring zur Verfügung haben, über das sie selbstständig und unabhängig entscheiden können.

Wie und woran können Unternehmen ihren Sponsoringerfolg messen?

Die Erfolgsmessung ist eines der schwierigsten Felder des Sportsponsoring, da es in der Fachwelt unterschiedliche Verfahren gibt und die Forschungsunternehmen oftmals auf unterschiedlichen Grundlagen die Werte ermitteln. Zudem gibt es viele verschiedene Verfahren, also Methoden und Kennzahlen, um die jeweilige

Wirkung des Sponsorings zu messen. Die Wahl des richtigen Mess-Verfahrens und der richtigen Key Performance Indicators, kurz KPIs, ist abhängig von den jeweiligen Zielen. Die bekanntesten sind die Reichweite wie TV-Quote, die Sichtbarkeit des Logos und namentliche Nennungen. Daneben werden Klick-Raten in den Social-Media-Kanälen immer wichtiger sowie die Engagement-Raten oder die Conversion-Raten. Darüber hinaus gibt es lokale oder nationale Umfragen, etwa das Fan-Feedback, gestützt oder ungestützt, und der Vergleich der Umsatzzahlen vor und nach einem Sponsoring. Wenn sich ein Unternehmen für ein Verfahren oder eine Methode entschieden hat, sollte es dies über einen längeren Zeitraum fortführen. Umso exakter ist die Erfolgsmessung.

Wie schätzen Sie heute die Idee aus den 80ern ein, das von den Fans als „Alm“ bezeichnete Bielefelder Fußballstadion, die heutige Schüco-Arena, in der Farbe Lila auszugestalten und als

„Milka-Alm“ zu vermarkten? Diese Idee hatte ihr damaliger Chef, Arminia Bielefelds Manager Rüdiger Lamm, öffentlich im Aktuellen Sportstudio im ZDF geäußert und damit einen Sturm der Empörung ausgelöst.

Um einmalige Aufmerksamkeit zu erregen, würde die Idee heute bestimmt sogar noch besser funktionieren, da aufgrund der Social-Media-Kanäle, die es damals noch nicht gab, eine weltweite Reichweite erzielt werden könnte. Aber natürlich wäre die Empörung der Fußball-Fans heute bestimmt genauso groß. Sportsponsoring muss authentisch und möglichst mittel- bis langfristig ausgerichtet sein. Wäre die Marke Milka in Bielefeld ansässig, dann wäre der Blickwinkel der Fans wahrscheinlich ein anderer und das Sponsoring-Engagement könnte glaubwürdig transportiert werden. Aber auch nur dann.

Jörg Deibert, IHK

ZUR PERSON



Foto: Privat

Professor Dirk Schröder

Professor Dirk Schröder lehrt und forscht seit 2019 als Studiengangsleiter für Sport- und Eventmanagement an der University of Europe for Applied Sciences in Hamburg. Er zeichnet zudem seit fast 30 Jahren in Führungspositionen der Sportbranche verantwortlich, unter anderem war er von 1995 bis 1999 Marketing-Manager beim Fußball-Bundesligisten Arminia Bielefeld. Darüber hinaus ist der 62-Jährige geschäftsführender Gesellschafter der SBM Sport Business

Management GmbH mit Schwerpunkt Sponsoring-Consulting für Vereine und Unternehmen. Professor Schröder, von 1997 bis 2019 in Bielefeld ansässig, ist Experte für diverse Elemente im Sportbusiness und im Marketingmanagement. Dazu gehören Sportmanagement, insbesondere Fußballmärkte, Sportmarketing, Sponsorenmanagement, Ticketing & Hospitality, Spielermanagement, allgemeines Marketingmanagement, Kommunikation, Markenmanagement und Internationalisierung, dabei speziell Fußball.

Der Verantwortungsbewusste

IHK-Klimainitiative: OWi-Serie stellt die Mindener **ORNAMIN** GmbH vor

Schichtwechsel bei ORNAMIN in Minden, wo seit 1955 Mehrweggeschirr aus Kunststoff hergestellt wird. Firmenchef Dr. Holger von der Emde kommt aus der Produktion und bittet für die kurze Wartezeit um Entschuldigung: „Hier ist gerade Urlaubszeit. Da muss ich hier und da mal selbst einspringen“, sagt er und schmunzelt. Der Diplom-Chemiker ist ein Macher, der die Dinge gerne selbst in die Hand nimmt. „Ich bin Unternehmer geworden, weil ich Verantwortung übernehmen und selbstbestimmt durchs Leben gehen möchte“, beschreibt der Vater von zwei erwachsenen Kindern seinen eigenen Antrieb. 2001 ist von der Emde als Geschäftsführer bei ORNAMIN eingestiegen, 2013 hat er die Mehrheitsanteile an dem Unternehmen erworben – und die Firma nach seinen Vorstellungen gestaltet. Auch der Claim von ORNAMIN, „Ehrlich. Nachhaltig“, trägt die Handschrift des geschäftsführenden Gesellschafters. Er betont, dass dieser Grundsatz tagtäglich gelebt werde.

Am Standort in Minden beschäftigt der 61-Jährige rund 100 Mitarbeitende im Drei-Schicht-Betrieb. Produziert wird hier unter anderem Geschirr aus Kunststoff – darunter Teller, Tassen, Gläser, zudem Ess- und Trinkhilfen für diverse Krankheitsbilder sowie Becher und Schüsseln für den To go-Bereich. Zu den Kunden zählen Restaurants, Bäckereien, Kantinen, Krankenhäuser, Altenpflegeheime oder auch Privatkunden. Der Vertrieb erfolgt direkt, über Wiederverkäufer und in zunehmenden Maße Online. Insgesamt exportiert ORNAMIN rund 30 Prozent seiner Produkte ins Ausland, unter anderem nach Japan, Australien, Skandinavien sowie in viele europäische Länder.



Foto ORNAMIN

Sieht Nachhaltigkeit als Teil seines Selbstverständnisses Dr. Holger von der Emde hat sich in seinem Unternehmen ORNAMIN schon früh auf den Weg in Richtung Klimaneutralität gemacht, weil ihm ein vernünftiger Umgang mit Ressourcen wichtig ist.

„TEIL MEINES SELBSTVERSTÄNDNISSES“

Zum Thema Nachhaltigkeit hat von der Emde eine klare Meinung: „Das Engagement in diesem Bereich ist seit jeher Teil meines Selbstverständnisses, daher bin ich früh selber aktiv geworden. Mir ist ein vernünftiger Umgang mit unseren Ressourcen wichtig. Dem wollte und will ich mich nicht entziehen, egal welcher politische Zug gerade fährt. Nachhaltigkeit ist meines Erachtens nach nicht exklusiv von einer politisch ideologischen Richtung gepachtet, sondern stellt einen Teil unseres Alltags dar. Wir alle können unter den Kriterien des gesunden Menschenverstandes, neudeutsch common sense, sinnvolle und wirksame Beiträge zum Schutz von Ressourcen und Umwelt leisten.“ Der IHK-Klimainitiative „Gemeinsam klimaneutral 2030“ ist das Unternehmen unter anderem beigetreten, um das Thema Nachhaltigkeit sichtbarer zu machen: „Ich finde die Initiative

inhaltlich interessant, da man so aktuelle Infos über neue Gesetze erhält und in den Austausch mit anderen Unternehmen kommt und voneinander lernen kann.“

FRÜH IN KLIMANEUTRALITÄT INVESTIERT

Nachhaltig wirtschaften – diesen Anspruch hatte von der Emde schon früh, so sei ORNAMIN bereits vor dem Beitritt der IHK-Klimainitiative inklusive von Kompensationen klimaneutral gewesen: „Wir haben uns beizeiten auf den Weg in Richtung Klimaneutralität gemacht. Unsere gesamten Prozesse sind auf Ressourceneffizienz getrimmt.“ Ein Weg, den von der Emde auch „Neulingen“ empfiehlt: „Wenn man kontinuierlich kleine Schritte geht, spart das Kosten. Dann ist die Zertifizierung am Ende kein großes Doing mehr.“ So habe ORNAMIN beispielsweise, gemeinsam mit einem Energieberater, eine Energiebilanz aufgestellt und dadurch diverse Einsparpotenziale

aufgedeckt. Die Zusammenarbeit mit einem auf Umweltzertifizierungen spezialisiertem Berater lieferte weitere Ansätze auf dem Weg zur CO₂-Neutralität, so wurde zum Beispiel auf Ökogas und Ökostrom umgestellt. Mittlerweile zahlen viele Maßnahmen darauf ein, den CO₂-Abdruck des Unternehmens zu neutralisieren – so wird das Fabrikgebäude zu einem großen Teil durch die Maschinenabwärme und Wärmerückgewinnung geheizt, die Beleuchtung erfolgt mittels LED-Technik, der Fuhrpark ist, je nach Nutzungsprofil, entweder auf E-Mobilität umgestellt oder mit limitiertem CO₂-Ausstoß motorisiert. Zudem leistet eine Photovoltaikanlage auf dem Dach des Firmengebäudes ihren Beitrag.

Einen hohen Stellenwert nehmen inzwischen das innerbetriebliche Recycling ein, so würden Kunststoffabfälle eingemahlen und in neuen Produkten verarbeitet, beispielsweise in der Geschirrschale „Zero Waste“. Auch Kartonagen werden geschreddert, um diese anschließend als Füllmaterial für den Versand zu verwenden – jährlich verschickt das Unternehmen rund 25.000 Pakete über den hauseigenen Onlinehandel. Als Spritzgussunternehmen sei der Strombedarf für die Produktion und die Peripherie, Kompressoren für Druckluft und Kühlwasser, hoch, erklärt von der Emde: „Wir achten drauf, möglichst wenig Energie zu verbrauchen und sind darauf bedacht, unseren Maschinenpark stets auf dem neuesten Stand zu halten, wozu

auch die ständige Suche nach effizienteren Maschinenlösungen gehört. Einsparpotenziale zu heben, ist Teil unserer DNA.“ Und der Erfolg sei sichtbar: Galt es im Jahr 2021 noch 969 Tonnen CO₂ zu kompensieren, konnte der CO₂-Ausstoß bereits 2022 auf 631 Tonnen reduziert werden. 2023 sank dieser auf nur noch 290 Tonnen – mittels anerkannter Klimaschutzprojekte werde der CO₂-Ausstoß zudem kompensiert.

SELBST INS HANDELN KOMMEN

Warum das Thema Nachhaltigkeit in der öffentlichen Wahrnehmung zurückgegangen und derzeit in den Medien kaum noch bespielt wird, da kann auch von der Emde nur spekulieren: „Ich denke, dass sich das Pendel wieder zurückbewegt, weil manch einer dem salopp gesagt ‚grünem Gerede‘ überdrüssig geworden ist. Für sinnvolle und wirksame Nachhaltigkeit ist das eine bedauerliche Entwicklung, da in dem Thema viel Potenzial steckt. Aufgeklärte Menschen und Unternehmerinnen und Unternehmen folgen jedoch vermutlich lieber logischen Argumenten als ideologischen Vorschriften. Zudem sind wir seit drei Jahren in einer Rezession, da haben sich in vielen Unternehmen die Prioritäten verschoben.“

Ein Fan von staatlicher Regulierung und Vorgaben seitens der Politik ist der gebürtige Marburger indes nicht: „Ich möchte selbst ins Handeln kommen, mir bestimmte Dinge nicht aufoktroyieren lassen und selbst Verantwortung



übernehmen. Diese ganzen bürokratischen Vorgaben sind mir ein Dorn im Auge. Ich glaube auch nicht, dass das Lieferkettengesetz beispielsweise wirklich das bewirkt, was es soll – Kinderarbeit und Menschenrechtsverstöße verhindern.“ Von der Emde weiß, dass er mit manch einer Aussage auch aneckt. Dem Unternehmer fehlt seitens der Politik ein Aufbruchsignal, das auch die neue Bundesregierung bisher nicht gesendet habe: „Wir haben uns mit der Sachlage arrangiert und planen auf Vorjahresniveau. Fakt ist aber, dass unser Umsatz 2019 noch bei 18 Millionen Euro lag und inzwischen auf zwölf Millionen Euro geschrumpft ist“, merkt man dem Unternehmer die Enttäuschung an. Im Wesentlichen fehlten Aufträge aus der Industrie. Es sei nicht immer leicht, einen Betrieb seiner Größe durch die stürmische Zeit zu bringen. Um dem entgegenzuwirken, versucht das Unternehmen in Kreativ- und Innovationsrunden neue Ideen zu generieren: „Wir setzen auf gute, nachhaltige und haltbare Produkte, sind ein zuverlässiger Lieferant und tun viel dafür, finanziell stabil dazustehen. Auch gemeinsame Werte mit unseren Geschäftspartnern sind mir wichtig.“

NACHFOLGE GEREGLT

Eine gute Unternehmenskultur liegt dem Inhaber am Herzen: „Wir sind bereits 2015 mit dem Siegel ‚Familienfreundliches Unternehmen – Landkreis Minden-Lübbecke‘ ausgezeichnet worden. Unser Gehaltssystem ist zum Beispiel so aufgebaut, dass Beschäftigte ihre Gehaltsentwicklung signifikant beeinflussen können, so schlagen sich Leistung, Verbesserungsvorschläge oder eigenverantwortliches Engagement im Gehalt nieder. Es gibt die Möglichkeit eines Jobrads, unsere Mitarbeiter können die E-Lade-Säulen nutzen.“ Mit



Foto: ORNAMIN

Aus Kunststoff ORNAMIN produziert Mehrweggeschirr, darunter Schalen, Becher oder Trinkhilfen.

Fortsetzung auf Seite 34 ►



Foto: ORNAMIN

Innerbetriebliches Recycling Bei ORNAMIN werden Kunststoffabfälle eingemahlen.

Tochter Milena von der Emde ist 2020 ein weiteres Familienmitglied in das Unternehmen eingetreten. Die 26-Jährige hat in Göttingen Biochemie studiert und dort ihren Bachelorabschluss gemacht. Zunächst für das Produktmanagement und die Online-Präsenz zuständig, ist sie im März 2024 als Geschäftsführerin bestellt worden.

Gute Ideen teilen, sich von anderen inspirieren lassen und eine vernünftige Standortbestimmung ob der Kosten und Verbräuche oder Verschwendung von Ressourcen – all das sind nach Meinung des

Unternehmers Dinge, um ins Handeln zu kommen, um das Thema Nachhaltigkeit voranzutreiben: „Niemand kennt seinen eigenen Betrieb besser als man selbst, daher sollte man schauen, welche Hebel man hat. Pragmatisch, nicht ideologisch – das ist beispielsweise die Richtung, die wir bei ORNAMIN eingeschlagen haben.“ Bedeutet konkret, dass keine Einwegprodukte produziert werden, sondern langlebige Mehrwegartikel. Jedes Produkt ist recyclebar und kann dem Wertstoffkreislauf ohne nennenswertes Downcycling wieder zugeführt werden, sei es produktionsinterner Ausschuss oder zurückgegebene Artikel von Kunden: „So bekommt jedes Produkt eine zweite Chance“, betont von der Emde.

„SICH IMMER NEU ERFINDEN“

Geschäftsprozesse weiter digitalisieren, für Menschen mit Handicap Hilfsmittel produzieren und den Energieverbrauch beim Spritzguss drastisch senken – das sind Dinge, die Holger von der Emde in seinem Unternehmen in naher Zukunft

umsetzen möchte: „Es geht auch darum, sich immer wieder neu zu erfinden. Durch eine Bachelorarbeit, an der wir konzeptionell mitgearbeitet haben, können wir durch ein bestimmtes Verfahren viel Energie einsparen. Das werden wir umsetzen, weil es eine coole Sache ist.“ Zuvor heißt es für den Chef aber wieder, in der Produktion nach dem Rechten zu schauen – mittlerweile ist die die Spätschicht in vollem Gange.

Silke Goller



Foto: ORNAMIN

Neue Verwendung Aus dem Regranulat entstehen neue Produkte – für die Geschirrserie „Zero Waste“.

INFO

ORNAMIN

Gründungsjahr: 1955

Anzahl der Mitarbeitenden: 100

Umsatz 2024: Zwölf Millionen Euro

Standorte: Hauptsitz in Minden, eine Vertriebsgesellschaft in UK

Ansprechpartner: Dr. Holger von der Emde und Sören Müller

KLIMAINITIATIVE DER IHKS UND DER WIRTSCHAFT IN OWL

Das Ziel ist ambitioniert – „Gemeinsam klimaneutral 2030“ werden. Im April 2022 haben sich 23 Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen der gemeinsamen Klimainitiative der beiden Industrie- und Handelskammern Ostwestfalen zu Bielefeld sowie Lippe zu Detmold angeschlossen.

Inzwischen ist die Zahl der Unterzeichner auf 90 angewachsen (Stand: August 2025). Bereits heute übernehmen viele Unternehmen in der Region Verantwortung für den Klima- und

Umweltschutz. Nachhaltigkeit und Klimaschutz sind ohne Zweifel Megatrends und erfordern konsequentes Handeln. Die regionale gewerbliche Wirtschaft möchte mit der Initiative einerseits die sehr engagierten Betriebe und ‚Vordenker‘ in OWL einbinden und andererseits weitere Unternehmen zum Mitmachen motivieren, die einen beschleunigten Zugang zum Thema suchen. Die Initiative zeigt auch, dass die Wirtschaft kein Bremser beim Klimaschutz ist, sondern mutig voranschreitet. Mitmachen ist ganz einfach: Die Unternehmen müssen eine freiwillige Selbstverpflichtung unterschreiben. Nähere Infos unter www.ostwestfalen.ihk.de.

Kontakt:

Ulrich Tepper, IHK Ostwestfalen

Tel.: 0521 554 107

E-Mail: u.tepper@ostwestfalen.ihk.de



Das Kreuz an der richtigen Stelle setzen

Wahlprüfsteine der IHK Ostwestfalen für die Kommunalwahlen 2025



Foto: Markus Mainka/stockadobe.com

1. FACHKRÄFTE SICHERN

Bildung, Betreuung, Integration stärken

Die Berufliche Bildung ist das Fundament der Fachkräftesicherung – und damit von zentraler Bedeutung für den Wirtschaftsstandort. In Ostwestfalen absolvieren derzeit rund 18.000 junge Menschen eine Ausbildung in IHK-Berufen. Laut IHK-Fachkräftemonitor sind in der Region bis 2035 rund 237.000 Stellen neu zu besetzen – allein 123.000 davon mit beruflich qualifizierten Fachkräften. Nach aktuellen Prognosen werden darüber hinaus weitere 14.000 dual ausgebildete Fachkräfte in Ostwestfalen benötigt – und fehlen.

Kommunen können zur Fachkräftesicherung konkret beitragen: als Schulträger mit moderner Ausstattung und innovativen Lernkonzepten der Berufskollegs, durch strukturierte Berufsorientierung an allen Schulformen – verstärkt an Gymnasien. Fast jeder zweite Auszubildende in IHK-Berufen hat (Fach-)Abitur. Weitere kommunale Ansatzpunkte: stärkere Unterstützung von Jugendberufsagenturen, gezielte Sprachförderung sowie Willkommensangebote für ausländische Auszubildende und Fachkräfte.



Dass fast jeder fünfte junge Erwachsene zwischen 20 und 34 Jahren keinen Berufsabschluss hat, zeigt zudem: Es gibt enormes Potenzial für Nachqualifizierung und zweite Bildungswege.

Auch die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist entscheidend für Fachkräftesicherung. In vielen ostwestfälischen Kommunen häufen sich kurzfristige Ausfälle, Notbetreuungen, Schließtage in Kitas. Das führt zu Frust bei Familien, Planungsproblemen in Unternehmen und mindert die Standortattraktivität. Kommunen stehen in der Verantwortung, ausreichend Kapazitäten, stabile Personalstrukturen und verlässliche Betreuung sicherzustellen. Denn nur wenn Familie und Beruf zusammenpassen, bleiben Fachkräfte am Standort und der Kommune verbunden.

Kurzzusammenfassung:

Fachkräftesicherung beginnt vor Ort – in Schulen, Kitas und mit Blick auf Integration. Kommunen können konkret gestalten: durch moderne Berufskollegs, strukturierte Berufsorientierung, Willkommensangebote und verlässliche Kinderbetreuung. Diese Aspekte sind wirtschaftspolitische Kernaufgaben der Kommunen.

2. BÜROKRATIE ABBAUEN

Verwaltung neu denken

Viele Unternehmer und Beschäftigte in Ostwestfalen wenden einen erheblichen Teil ihrer Arbeitszeit für Bürokratie auf – in einigen Branchen sind es im Schnitt 25 Prozent und mehr. Besonders belastend sind Aufbewahrungsfristen, Meldepflichten, Dokumentationen und unklare Zuständigkeiten. Kommunen können für echte Entlastung sorgen: durch digitale Verwaltungsprozesse, eine zentrale Plattform für alle Anliegen, gebündelte Zuständigkeiten, verlässliche Fristen und durch aktiven Dialog mit den Unternehmen. Wichtig ist auch der Verzicht auf neue bürokratische Belastungen, etwa durch eine kommunale Verpackungssteuer. Bürokratieabbau braucht Freiraum, Mut zur Vereinfachung – und Vertrauen in unternehmerische Verantwortung. Die Digitalisierung der Verwaltung ist dabei ein zentraler Hebel, um Prozesse zu vereinfachen und zu beschleunigen.



Kurzzusammenfassung:

Weniger Bürokratie heißt: mehr Zeit fürs Kerngeschäft. Kommunen sollten

Fortsetzung auf Seite 36 ►

Vorschriften kritisch hinterfragen und überflüssige abschaffen, digitale Verfahren umsetzen, Zuständigkeiten bündeln, Fristen verlässlich einhalten – und auf neue bürokratische Belastungen, wie etwa durch eine kommunale Verpackungsteuer, verzichten.



3. MOBILITÄT VERNETZEN

Verkehrswege zukunftsfest machen

Ostwestfalen ist eine Pendlerregion: Tagtäglich sind hunderttausende Menschen in der Region unterwegs. Fast jeder zweite Einwohner pendelt zur Arbeit – per Auto, Bus, Bahn, Fahrrad oder zu Fuß. Oft über Stadt- oder auch Kreisgrenzen hinweg. Allein in Bielefeld pendeln täglich 122.000 Berufstätige innerhalb der Stadt, mehr als 93.000 Menschen ein und über 53.000 aus. In Paderborn sind es 54.000 Binnenpendler, über 48.000 Ein- sowie rund 30.000 Auspendelnde. Selbst in kleineren Orten wie Langenberg, Marienmünster, Preußisch Oldendorf oder Rödinghausen gibt es tausende Pendelbewegungen und eine massive Verflechtung mit umliegenden Kommunen. Kurzum: Ostwestfalen ist hochvernetzt, wirtschaftlich arbeitsteilig organisiert und auf funktionierende Mobilität angewiesen.

Gleichzeitig ist die Infrastruktur unter Druck – das belegen auch Baustellen, Staus, Umleitungen. Jede zehnte Brücke in der Region ist in schlechtem oder sehr schlechtem Zustand, in manchen Kreisen sogar jede fünfte. ÖPNV-Angebote sind oft nicht ausreichend auf Pendelzeiten und ländliche Räume abgestimmt.

Kommunen dürfen bei der Mobilitätsplanung nicht isoliert und erst recht nicht ideologisch denken, sondern müssen regional koordinieren und pragmatisch handeln. Ostwestfalen braucht einen verlässlichen und verzahnten ÖPNV, leistungsfähige Straßen und Wege sowie intakte Brücken, ein abgestimmtes Baustellenmanagement, mehr

P+R-Angebote und digitale Verkehrsleitsysteme. Infrastruktur ist kein Selbstzweck – sondern ein harter Standortfaktor. Nur mit einer verlässlichen, vernetzten und funktionierenden Verkehrsinfrastruktur bleibt Ostwestfalen als Wirtschaftsregion attraktiv.

Kurzzusammenfassung:

Ostwestfalen ist eine Pendlerregion – jeder zweite Einwohner ist tagtäglich zur Arbeit unterwegs. Kommunen müssen Infrastruktur nicht nur lokal, sondern regional denken. Mobilität entscheidet über Standortqualität – für Unternehmen, Pendler, Kunden, Lieferverkehre und Beschäftigte. Statt ideologischer Debatten braucht es pragmatische und funktionierende Konzepte, leistungsfähige Straßen, Wege und intakte Brücken sowie starke Verbindungen.

4. GEWERBEFLÄCHEN AKTIVIEREN

Wachstum ermöglichen

Wirtschaft braucht Raum – für Wachstum und neue Ideen. In Ostwestfalen beträgt der Anteil der Wirtschaftsfläche nur 2,4 Prozent – im NRW-Schnitt sind es drei Prozent. In Bielefeld liegen die nutzbaren Gewerbeflächenreserven bei null Hektar. Ohne verfügbare Wirtschaftsflächen drohen Investitionsstaus und Standortverluste. Der Regionalplan OWL weist bis 2040 rund 3.500 Hektar neue Gewerbe- und Industrieflächen aus – das entspricht etwa 0,5 Prozent der Fläche. Doch konkrete Planung und Genehmigung stocken. Kommunen brauchen eine aktive Flächenpolitik, beschleunigte Verfahren und echte Planungssicherheit für Betriebe. Interkommunale Kooperation kann dabei helfen, Flächenpotenziale



Bild: Pixabay

gemeinsam zu erschließen. Ohne Flächenangebot keine Ansiedlung – und kein Wachstum.

Kurzzusammenfassung:

Wirtschaft braucht Raum – denn Flächen sichern Wachstum. Wer keine Perspektive bietet, verliert Betriebe. Kommunen müssen aktiv Gewerbe- und Industrieflächen entwickeln, Verfahren beschleunigen und Planungssicherheit herstellen – sonst drohen Investitionsverluste, Abwanderung und verpasste Ansiedlungschancen.

5. STEUERPOLITIK MIT WEITBLICK GESTALTEN

Wettbewerb sichern

Die Gewerbesteuer ist für viele Kommunen eine der wichtigsten Einnahmequellen – für Unternehmen dagegen ein relevanter Standortfaktor. Die Hebesätze in Ostwestfalen reichen von 355 Prozent in Verl bis zu 470 Prozent in Bielefeld. Für ein Unternehmen bedeutet diese Spannweite einen Unterschied von jährlich rund 4.000 Euro pro 100.000 Ertrag. Solche Unterschiede haben reale Auswirkungen: Sie beeinflussen Investitionsentscheidungen, Standortverlagerungen und Gründungen – die Kommunen stehen untereinander, mit angrenzenden Regionen und bundesweit zunehmend im Wettbewerb. Zumal die jüngste Welle an Steuererhöhungen den bis dato existierenden Standortvorteil in vielen Kommunen Ostwestfalens zunichte gemacht hat. Insbesondere strukturschwächere Kommunen könnten mit attraktiven Hebesätzen gezielt Wachstumsimpulse setzen. Stattdessen drohen in einigen Kommunen sogar weitere Belastungen an anderer Stelle: durch die Einführung



differenzierter Hebesätze in der Grundsteuer B, die zwischen Wohn- und Nichtwohngebäuden unterscheiden. Dies führt oft zu spürbaren Mehrkosten für Unternehmen – und wirkt wie eine Sondersteuer.

Die IHK fordert eine wirtschaftsfreundliche kommunale Steuerpolitik, die den regionalen Wettbewerb, die Belastbarkeit der Betriebe und das Ziel nachhaltiger Entwicklung gleichermaßen berücksichtigt. Steuerpolitik darf kein Standortnachteil sein – sie sollte bewusst als aktives Instrument zur Wirtschaftsförderung genutzt werden.

Kurzzusammenfassung:

Steuerpolitik ist Standortpolitik. Die Spanne der Gewerbesteuerhebesätze in Ostwestfalen liegt zwischen 355 und 470 Prozent – das macht über 4.000 Euro Unterschied pro 100.000 Euro Ertrag. Kommunen müssen ihre Hebesätze

regelmäßig prüfen und wachstumsfreundlich sowie wettbewerbsfähig auch mit angrenzenden Regionen ausrichten. Zudem dürfen differenzierte Grundsteuerhebesätze die Wirtschaft nicht zusätzlich belasten.

6. ENERGIE NEU DENKEN **Infrastruktur ausbauen,** **Versorgung stärken**



Energie ist ein Standortfaktor – für Investitionen, Innovationen und Beschäftigung. Unternehmen in Ostwestfalen brauchen Tempo bei Genehmigungen, verlässliche Versorgung, zukunftsfeste Netze – und all das zu wettbewerbsfähigen Preisen. Doch oft stockt es beim Ausbau von Photovoltaik, Windkraft oder Wärmenetzen – auch wegen fehlender Flächen, mangelnder Infrastruktur oder Vorgaben vor Ort. Gleichzeitig stellt die Erfüllung der deutschen Klima-

schutzziele und die damit verbundene Dekarbonisierung große Herausforderungen an die Unternehmen vor Ort, aber auch für die regionale und lokale Infrastruktur mit dem Netzausbau für Strom und Wärme sowie Zugang zu Wasserstoff. Kommunen sollten Energie als aktives Handlungsfeld ihrer Wirtschaftspolitik verstehen. Eine moderne Energieinfrastruktur entscheidet darüber, ob Betriebe investieren, wachsen oder abwandern. Nachhaltigkeit braucht Verlässlichkeit – und den Willen, jetzt die Voraussetzungen für morgen zu schaffen.

Kurzzusammenfassung:

Energiepolitik ist Zukunftspolitik. Wer Unternehmen am Standort halten will, braucht leistungsfähige Netze, pragmatische Genehmigungen – und einen realistischen Plan für die künftige Versorgung mit Strom und (Prozess-)Wärme.

Hako
Reinigungstechnik

Kostenlose Vorführung vor Ort

Ihr Servicestützpunkt
FRENZ
Gabelstapler | Reinigungsgeräte

Im Heidkamp 2 • 33334 Gütersloh
Telefon: 05241 915060 • info@frenz-gabelstapler.de
www.frenz-gabelstapler.de

OBERBREMER
Baubetriebe
BÜNDE

Wir lieben Baustellen.
Industriebau. Schlüsselfertig.

Schlüsselfertig. Für alle.
Aus einer Hand.

Produktionshallen mit angeschlossenen Büros, Verwaltungsgebäude oder Hochregallager.

Oberbremer
Baubetriebe Bünde.
Seit 1925.

Rilkestraße 29–33 . 32257 Bünde . Telefon: 05223 68820
E-Mail: info@oberbremer-baubetriebe.de
www.oberbremer-baubetriebe.de

Diskussionsgrundlage geschaffen

Verlässliche Infrastruktur für Wirtschaftsverkehr – IHK stellt Untersuchung zum **Kernstraßennetz** in Bielefeld vor



Foto: Heiko Stoll / IHK Ostwestfalen

Verkehrsachse Der Ostwestfalendamm spielt eine wichtige Rolle im Kernstraßennetz Bielefelds.

Die IHK Ostwestfalen hat gemeinsam mit dem Gutachterbüro Lindschulte aus Düsseldorf eine Untersuchung zum Kernstraßennetz in der Stadt Bielefeld vorgestellt. Dafür ist das rund 1.300 Kilometer umfassende Straßennetz im Stadtgebiet analysiert worden. Als verkehrlich besonders bedeutend hat das Gutachten 128 Kilometer identifiziert – diese Hauptachsen bilden das Kernnetz für den motorisierten Individual- und Wirtschaftsverkehr. Die Untersuchung bietet eine fundierte Datengrundlage für zukünftige Verkehrsentscheidungen im ostwestfälischen Oberzentrum.

„Die Verkehrswende in Bielefeld darf nicht zulasten der Erreichbarkeit und Wettbewerbsfähigkeit der Stadt und unserer Unternehmen gehen. Es muss sichergestellt sein, dass unsere Wirtschaftsstandorte und die Stadt für alle erreichbar und gut angebunden bleiben“, betont IHK-Hauptgeschäftsführerin Petra

Pigerl-Radtke und ergänzt: „Wir sehen keine Gegensätze zwischen Verkehrswende und Wirtschaftsverkehr – vielmehr brauchen wir tragfähige Lösungen, die beide Ziele zusammenbringen. Was heute lokal geplant wird, hat oft stadtweite Auswirkungen. Dafür braucht es ein robustes, verkehrsträgerübergreifendes Gesamtkonzept mit einem belastbaren Rückgrat im Straßennetz.“

Das ermittelte Kernnetz umfasst rund zehn Prozent des Straßennetzes in Bielefeld, trägt aber den Großteil des Gesamtverkehrs – insbesondere Lieferverkehre und Pendlerströme.

„Gerade diese Achsen sind von hoher Bedeutung für Logistik, Erreichbarkeit und innerstädtische Verbindungen“, sagt IHK-Geschäftsführer Götz Dörmann. „Kommt es hier zu Einschränkungen – etwa durch Fahrstreifenrückbau – drohen Rückstaus mit spürbaren Folgen für Wirtschaft, Betriebe und Beschäftigte.“

Im Gutachten wurde deshalb geprüft,

inwiefern Kapazitätsreduzierungen im Kernstraßennetz Auswirkungen auf die dauerhafte verkehrliche Leistungsfähigkeit haben würden und welche möglichen Einschränkungen hinnehmbar sind oder zu einer Überlastung des Kernstraßennetzes führen könnten.

Ein besonderer Fokus der Untersuchung liegt auf der Überlagerung mit Planungen für den Rad- und Nahverkehr. Auf 63 Kilometern und damit knapp der Hälfte des Kernnetzes sind Maßnahmen aus dem Radverkehrskonzept vorgesehen – auf rund einem Drittel davon identifiziert das Gutachten potenzielle Nutzungskonflikte, etwa bei Fahrspurreduktionen oder engen Straßenquerschnitten. Auch beim Ausbau der Stadtbahnlinien 1 und 2 könnten an bestimmten Stellen gesamte Fahrstreifen entfallen. „Besonders dort, wo Rad- und ÖPNV-Maßnahmen zusammenreffen, braucht es eine frühzeitige Abstimmung, um Zielkonflikte zu vermeiden“, stellt Fabian Rütz vom Büro Lindschulte heraus.



Foto: Jörg Delbert / IHK Ostwestfalen

Präsentierten das Gutachten zum Kernstraßennetz Bielefeld IHK-Hauptgeschäftsführerin Petra Pigerl-Radtke, IHK-Referatsleiterin Daniela Becker, IHK-Geschäftsführer Götz Dörmann, Beata Brückner vom Düsseldorfer Gutachterbüro Lindschulte und Fabian Rütz, Gutachterbüro Lindschulte.

„Die aufgezeigten Überlagerungen betreffen keine Nebenstraßen, sondern wichtige Verkehrsachsen mit hoher stadtweiter Bedeutung – etwa die Detmolder Straße oder die Brackweder Straße“, so Dörmann. „Auch Auswirkungen lokaler Eingriffe außerhalb des Kernstraßennetzes müssen frühzeitig erkannt und in der Planung berücksichtigt werden, um neue Engpässe zu vermeiden.“

Auf rund 15 Prozent des Kernstraßennetzes werden Einschränkungen aufgrund der damit einhergehenden Kapazitätsreduzierung oder einer bereits vorhandenen Vollauslastung beziehungsweise Überlastung kritisch gesehen. Bei 52 Prozent des Kernstraßennetzes ist eine sorgfältige Abwägung möglicher Eingriffe zwingend notwendig, da die Auslastung bereits heute an der ermittelten Kapazitätsgrenze liegt. Auf zirka 27 Prozent des Kernstraßennetzes liegen zwar noch Kapazitätsreserven vor, sodass diese Straßen als weniger kritisch bewertet werden – trotzdem müssten aber größere Maßnahmen wie etwa eine Fahrspur-reduzierung eng durch entsprechende Untersuchungen begleitet werden.

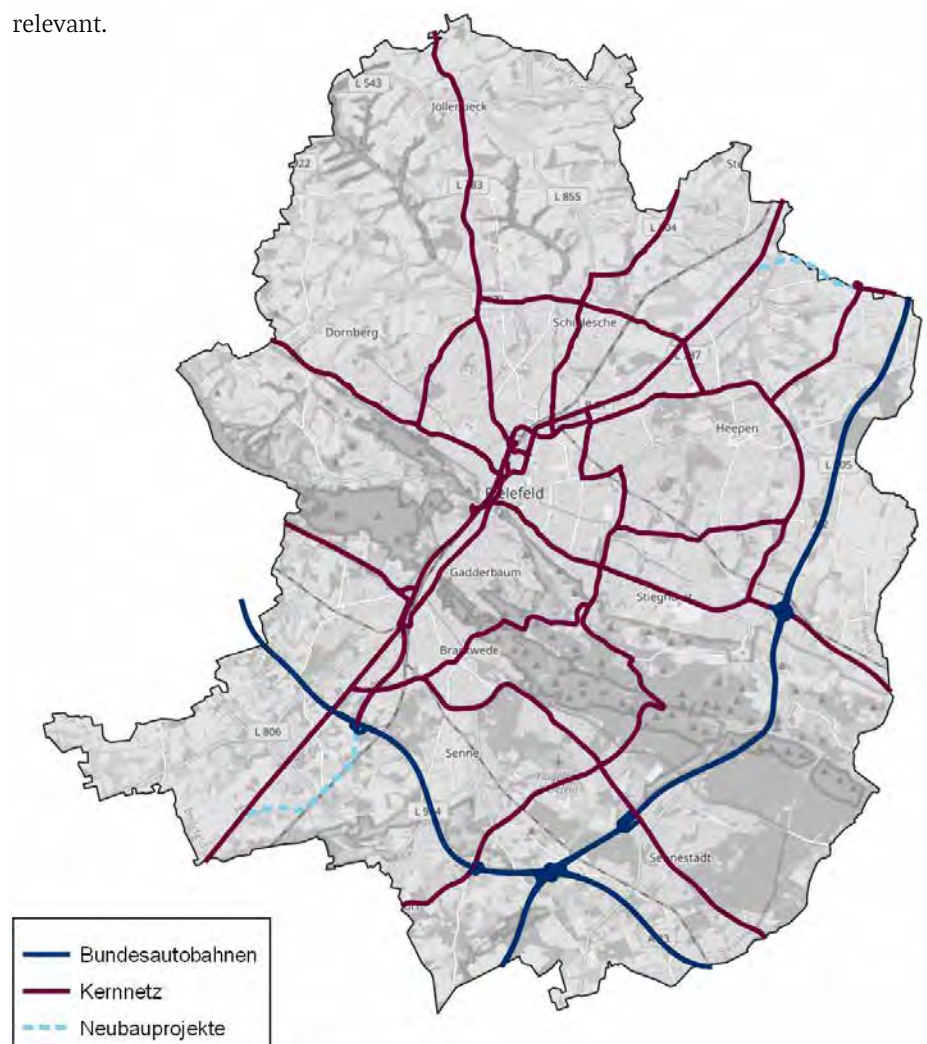
„Eine zukunftsfähige Verkehrsplanung darf nicht in isolierten Teilkonzepten denken. ÖPNV-Ausbau, Radwege, Lkw-Lenkung und Straßeninfrastruktur gehören zusammengedacht – mit Blick auf die Gesamtfunktionalität des städtischen Verkehrssystems. Mit unserem Gutachten möchten wir unterstreichen, dass eine integrierte Gesamtverkehrsplanung notwendig ist“, erläutert Dörmann.

Positiv bewertet die IHK, dass die Stadt Bielefeld derzeit ein sogenanntes „MIV-Vorbehaltsnetz“ erarbeitet – also ein Vorrangnetz für den motorisierten Individualverkehr als Ergänzung zu Radverkehrs- und ÖPNV-Konzepten. Die IHK bringt sich in diesen Prozess über die Bielefelder Mobilitätskonferenz aktiv ein. „Die verkehrlichen Ziele der Stadt stehen fest – was fehlt, ist ein konkretes Bild der städtebaulichen Umsetzung, unterstützt durch ein integriertes Konzept“,

unterstreicht Pigerl-Radtke. „Die Verkehrswende kann nur gelingen, wenn die Maßnahmen auf klaren Fakten fußen. Die Herausarbeitung des Kernnetzes bietet eine solche fundierte Entscheidungsgrundlage – nicht als fertige Lösung, sondern als Werkzeug zur sachlichen Diskussion. Das Kernstraßennetz ist ein strategisches Analyseinstrument, um die Leistungsfähigkeit des städtischen Verkehrsnetzes zu sichern und mit geplanten Umbauten abzugleichen.“ Ziel sei es, die verschiedenen Anforderungen an den Straßenraum – vom Wirtschaftsverkehr bis zur städtischen Aufenthaltsqualität – in Einklang zu bringen.

Die Untersuchung basiert auf Modell- und Zähldaten aus dem Jahr 2021.

Die aktuelle Baustellensituation war für die Erarbeitung des Kernstraßennetzes nicht relevant.



Schutz vor Haftungsrisiken

Medizinprodukte sicher betreiben: Aktuelle Anforderungen für **Sanitätshäuser**

Sanitätshäuser übernehmen eine zentrale Rolle bei der Versorgung mit medizinischen Hilfsmitteln – ob Kompressionsstrümpfe, Rollstühle, Prothesen oder andere medizinische Produkte. Wer solche Produkte nicht nur verkauft, sondern auch betreibt, wartet, anpasst oder verleiht, fällt unter die Regelungen der Medizinprodukte-Betreiberverordnung (MPBetreibV). Ziel der Verordnung ist es, die Sicherheit von Patienten und Anwendern zu gewährleisten.

Als „Betreiber“ im Sinne der Verordnung gilt, wer ein Medizinprodukt in eigener Verantwortung bei Dritten in Betrieb nimmt oder betreibt – sei es durch Vermietung, Verleih oder bei der Anwendung durch geschultes Personal. Sanitätshäuser sind also in vielen Fällen nicht nur Händler, sondern auch so genannte Betreiber.

DIE WICHTIGSTEN PFLICHTEN FÜR BETREIBER VON MEDIZINPRODUKTEN:

1. Sicherer Betrieb und Instandhaltung

Medizinprodukte dürfen nur entsprechend ihrer Zweckbestimmung und unter Beachtung der Herstellerangaben betrieben werden. Wartung, Instandsetzung und Prüfung müssen regelmäßig erfolgen und dokumentiert werden. Das gilt etwa für elektrische Rollstühle, Sauerstoffkonzentratoren oder andere technische Geräte.

2. Einweisung und Schulung

Vor der ersten Anwendung eines aktiven Medizinprodukts muss die Einweisung der Anwenderin oder des Anwenders durch fachkundiges Personal erfolgen – und dokumentiert werden. Dies gilt besonders bei der



Foto: Marc Calleja/stock.adobe.com

Mehr Dokumentationspflichten Sanitätshäuser, die unter anderem medizinische Hilfsmittel verleihen, müssen ein Bestandsverzeichnis über die von ihnen eingesetzten aktiven nicht-implantierbaren Medizinprodukte führen.

Überlassung komplexer Hilfsmittel an Pflegeeinrichtungen oder Privatpersonen.

3. Erfassung und Dokumentation

Betreiber müssen ein Bestandsverzeichnis über die von ihnen eingesetzten aktiven nicht-implantierbaren Medizinprodukte führen. Dieses muss auf dem aktuellen Stand gehalten werden.

4. Vorkommnisse melden

Kommt es zu einem meldepflichtigen Vorkommnis, beispielsweise zu Funktionsstörungen mit Gefährdungspotenzial, muss dies an das Bundesinstitut für Arzneimittel und Medizinprodukte (BfArM) gemeldet werden. Auch Rückrufe von Herstellern müssen sorgfältig dokumentiert und nachvollziehbar umgesetzt werden.

5. Sicherheitsbeauftragter benennen

Für bestimmte Medizinprodukte kann die Benennung eines Medizinprodukte-Sicherheitsbeauftragten notwendig sein, etwa wenn regelmäßig komplexe Systeme verliehen oder betrieben werden. Dieser fungiert als zentrale Ansprechperson für Behörden und Hersteller.

Die Medizinprodukte-Betreiberverordnung ist für Sanitätshäuser keine Randnotiz, sondern ein zentrales Element der Qualitätssicherung. Wer sich rechtzeitig informiert und Prozesse gut dokumentiert, schützt nicht nur die Gesundheit der Anwenderinnen und Anwender, sondern auch das eigene Unternehmen vor Haftungsrisiken.

Uwe Lück, IHK

Strukturelles Risiko für Innovationskraft

Viele Probleme der **Energiewende** sind hausgemacht

Die Energiewende gerät zunehmend zum Risiko für die NRW-Wirtschaft: Viele Unternehmen fühlen sich überfordert, Investitionen werden gestoppt, Arbeitsplätze stehen auf dem Spiel. Das zeigt das aktuelle Energiewende-Barometer 2025 des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK), an dem sich über 3.600 Unternehmen beteiligt haben – davon 727 aus Nordrhein-Westfalen, unter ihnen rund 40 Unternehmen aus Ostwestfalen.

WETTBEWERBSFÄHIGKEIT MASSIV UNTER DRUCK

Das Ergebnis ist alarmierend: Nur jedes fünfte Unternehmen in NRW sieht positive Auswirkungen der Energiewende auf die eigene Wettbewerbsfähigkeit. In der Industrie sind es sogar nur 13,1 Prozent der befragten Unternehmen. 36,9 Prozent aller Unternehmen und 58,4 Prozent der Industrieunternehmen sehen eine zum Teil deutliche Verschlechterung der Wettbewerbsfähigkeit.

UNTERNEHMEN ZIEHEN KONSEQUENZEN

„Überwiegend halten die NRW-Unternehmen am Ziel fest, klimaneutral zu werden“, sagt Ralf Stoffels, Präsident von IHK NRW (88,5 Prozent). „Doch der Weg dahin ist schwierig. Gerade in NRW mit der hohen Anzahl energieintensiver Branchen sind die Unternehmen skeptischer als im Bund. Die Unsicherheit zeigt sich darin, dass viele weiterhin nicht investieren.“

Die Investitionen von Unternehmen gelten als Frühwarnsystem für die wirtschaftliche Entwicklung. Besonders dramatisch ist die Lage in NRW: 42 Prozent der produzierenden Unternehmen verschieben Investitionen, 29,3 Prozent

stoppen Ausgaben für Klimaschutzprojekte. Das ist ein Rückschritt in der Transformation – und ein strukturelles Risiko für Arbeitsplätze und Innovationskraft.

WAS DIE TRANSFORMATION BEHINDERT

Viele Probleme der Energiewende sind hausgemacht. Mit 68,5 Prozent erreicht die Unzufriedenheit mit der Bürokratie einen neuen Rekordwert. 60,2 Prozent der Unternehmen kritisieren die fehlende Planbarkeit der politischen Rahmenbedingungen der Energiewende. 48,2 Prozent der nordrhein-westfälischen Unternehmen bemängeln zudem langsame Planungs- und Genehmigungsverfahren. Die hohen Energiepreise (30 Prozent), Finanzierungsmöglichkeiten (17,7 Prozent) und fehlende Fachkräfte (17,3 Prozent) sind weitere Aspekte, die die Transformation erschweren.

KLARE FORDERUNG AN DIE POLITIK

Im Koalitionsvertrag hat die Bundesregierung zugesagt, die Stromsteuer für alle Verbraucher auf das europäische Mindestmaß zu senken. Diese Entlastung ist bis heute ausgeblieben, obwohl sich 84,2 Prozent aller Unternehmen klar für eine Senkung der Strompreise aussprechen. Diese würde zudem Investitionen in klimafreundliche Anlagen und Technologien vom Elektroauto bis zur Wärmepumpe attraktiver machen. Strom ist für 45,8 Prozent der Unternehmen im letzten Jahr teurer geworden, was die Standortnachteile verschärft.

EIN PLAN B FÜR DIE ENERGIEWENDE

„Wir brauchen einen Plan B für die Energiewende, damit diese funktioniert“, so Stoffels weiter. „Nur, wenn die Unternehmen auch in Zukunft am Standort Nordrhein-Westfalen investieren, sichern



Foto: Photoreo Bednarek/stock.adobe.com

Wettbewerbsfähigkeit in Gefahr Von der Politik erwartet die nordrhein-westfälische Wirtschaft klare, verlässliche Rahmenbedingungen und einen deutlichen Abbau von Bürokratie, die zum kostenintensiven Treiber der Energiewende geworden ist.

wir Arbeitsplätze und unseren Wohlstand.“ Von der Politik erwartet die nordrhein-westfälische Wirtschaft klare, verlässliche Rahmenbedingungen und einen deutlichen Abbau von Bürokratie, die zum kostenintensiven Treiber der Energiewende geworden ist. Es sei höchste Zeit für einen „Plan B“, damit die Energiewende vom Risikofaktor zum Entwicklungsfaktor für die Unternehmen wird.

IHK NRW ist der Zusammenschluss der Industrie- und Handelskammern in Nordrhein-Westfalen. IHK NRW vertritt die Gesamtheit der IHKs in NRW gegenüber der Landesregierung, dem Landtag sowie den für die Kammerarbeit wichtigen Behörden und Organisationen.

Die Ergebnisse des DIHK-Energiewende-Barometers können auf der DIHK-Homepage abgerufen werden.

Zum Barometer ▶



Auf zum urbanen Lebensraum

Wie gelingt der Wandel in unseren **Innenstädten**? – Inspirationen aus den **Niederlanden**

Die Zukunft unserer Stadtzentren steht im Zeichen des Wandels: Wie können Innenstädte lebendig, attraktiv und wirtschaftlich stark bleiben – trotz sich verändernder Konsumgewohnheiten, wachsender Anforderungen an Mobilität und dem Wunsch nach mehr Aufenthaltsqualität? Diese Fragen standen im Zentrum einer Delegationsreise des Handels- und Dienstleistungsausschusses der IHK Ostwestfalen. Ziele der Reise: Inspiration, Austausch und Erkenntnisgewinn aus einem Land, das für seine progressiven und integrierten Stadtentwicklungskonzepte bekannt ist – die Niederlande. Besucht wurden Nijmegen, Veenendaal, Utrecht, Amsterdam und Rotterdam.

NIJMEGEN

Mut zur Vielfalt und kreativen Konzepten

In Nijmegen hat die 13-köpfige IHK-Reisegruppe zentrale Einkaufsstraßen erkundet, die eine Mischung aus großen Marken, kleinen Läden und innovativen Shopkonzepten aufweisen. Der Versuch, dem Kunden Individualität, Erlebnis und Aufenthaltsqualität zu bieten, war deutlich zu spüren. Besonders eindrucksvoll war der Austausch mit Vertretern der Gemeinde Nijmegen. Sie zeigten auf, wie Stadtentwicklung hier ganzheitlich gedacht wird – von nachhaltigen Mobilitätskonzepten bis hin zu gemeinwohlorientierter Quartiersentwicklung. Die Innenstadt ist nicht mehr nur ein Handelsort, sondern ein urbaner Lebensraum.

VEENENDAAL

Digitale Infrastruktur als Standortfaktor

Der Besuch beim Clusterverband ICT Valley und dem Unternehmen Info Support offenbarte, welche Bedeutung



Foto: IHK Ostwestfalen

Experimentell In Nijmegen ging es unter anderem um das Zusammenspiel von nachhaltigen Mobilitätskonzepten bis hin zu gemeinwohlorientierter Stadtentwicklung.

digitale Lösungen für die Zukunft von Handel, Infrastruktur und Smart Cities haben. Beeindruckend war, wie stark die Verzahnung zwischen Wirtschaft, Bildungseinrichtungen und Kommunen hier gelebt wird. Innovationsfreude trifft auf pragmatische Umsetzung.

UTRECHT

Stadtentwicklung trifft Mobilitätswende

In Utrecht, mit seinem dynamischen und urbanen Zentrum, stand der Besuch bei de Bijenkorf auf dem Programm, einem in den Niederlanden bekannten Warenhaus, vergleichbar mit dem KaDeWe in Berlin – ein spannendes Beispiel für moderne, hochwertige Handelsformate mit erlebnisorientierter Kundenansprache. Ein weiterer, interessanter Programmpunkt war die Entwicklung rund um den Hauptbahnhof Utrecht Centraal. Was dort entstanden ist, ist ein urbanes Gesamt-

kunstwerk aus Mobilität, Wohnen, Arbeiten und Einkaufen – nahtlos verbunden, architektonisch hochwertig und vor allem: menschenzentriert gedacht. Stadtplanung wird hier zur integrativen Zukunftsaufgabe. Bemerkenswert war auch die Einstellung der im Bahnhof arbeitenden Belegschaft: Gemeinsam für den ankommenden und abreisenden Kunden – in allen Belangen.

AMSTERDAM

Innovation und Internationalität

In der niederländischen Hauptstadt ging es um die Transformation von Arbeit, Digitalisierung und rechtliche Rahmenbedingungen für Unternehmensgründungen. Beim Besuch von Miele X, dem Digital Hub des ostwestfälischen Traditionsunternehmens, gab es spannende Einblicke in globales Innovationsmanagement. Die Coworking-Konzepte

HÖRMANN Hallenbau

Ihr Spezialist für modernen
Gewerbefbau – jetzt noch
stärker in der Region

bei Tribes zeigten, wie neue Arbeitswelten Flexibilität und Kreativität fördern. Juristische Einblicke in die Gründungspraxis der Niederlande bot die Kanzlei HEUSSEN.

ROTTERDAM

Erlebnissräume neu denken

In Rotterdam drehte sich alles um die Zukunft des Einzelhandels. Der MediaMarkt Tech Village bietet erlebnisorientierten Handel mit digitalen und interaktiven Elementen. Das Konzept: Der Kunde soll nicht nur einkaufen, sondern entdecken, ausprobieren und sich inspirieren lassen. Den Abschluss bildete der Besuch des Sommerfests der Deutsch-Niederländischen Handelskammer (AHK Niederlande) – eine gute Gelegenheit zum Netzwerken und Austauschen.

WAS BLEIBT?

Die Niederlande zeigen eindrucksvoll, wie Städte den Wandel als Chance begreifen können. Mit Mut zur Veränderung, partizipativer Stadtplanung und innovativen Formaten gelingt es, Stadtzentren als lebendige Räume neu zu gestalten – nicht gegen die Trends der Zeit, sondern mit ihnen. Innenstadt steht bei unseren Nachbarn für eine engere Verzahnung von Handel, Dienstleistung und Stadtentwicklung – und für eine Wirtschaft, die gemeinsam mit Kommunen Zukunft gestaltet. Wer Stadtzentren zukunftsfähig machen will, muss bereit sein, Bestehendes zu hinterfragen, neue Wege zu gehen – und gelegentlich auch den Blick über nationale Grenzen hinweg wagen.

Marco Rieso, IHK



Foto: IHK Ostwestfalen

Transformation Die IHK-Reisegruppe besuchte „Miele X“, den Digital Hub des ostwestfälischen Traditionsunternehmens in Amsterdam.

Stehen Sie am Anfang oder bereits mitten in der Planung eines neuen Gewerbe- oder Industriegebäudes? Dann ist jetzt der richtige Zeitpunkt, mit einem starken Partner in die Zukunft zu bauen.

Planen, Fertigen, Ausführen

HÖRMANN steht seit über 60 Jahren für Qualität aus eigener Fertigung. Wir begleiten Sie kompetent durch alle Phasen Ihres Bauprojekts – von der ersten Idee über die präzise Planung und Fertigung bis zur professionellen Umsetzung vor Ort.

Was zeichnet HÖRMANN-Hallen aus?

Wir bieten Ihnen ganzheitliche Lösungen, die ökonomische Effizienz mit ökologischer Verantwortung verbinden.

- **Nachhaltigkeit:** Umweltgerechtes Bauen mit Holz und in Kombination mit Stahl
- **Wirtschaftlichkeit:** Maßgeschneiderte Systeme mit flexibler Nutzung und kurzer Bauzeit
- **Brandschutz:** Unsere F30-Bauweise ermöglicht Hallen bis 5.000 m² ohne Sprinkleranlage und oft ohne Brandmeldeanlage – dank Holz oder beschichtetem Stahl aus eigener Fertigung.
- **Energieeffizienz:** Integration von Photovoltaik – Aufdach-, Indach- oder Fassadensysteme

Bau trifft PV

Seit 2003 kombinieren wir bei HÖRMANN energieeffizientes Bauen mit Photovoltaik. Wir integrieren PV-Anlagen bereits in der Planungsphase – abgestimmt auf Nutzung, Dachform und Energiebedarf. Wie moderne Hallenlösungen aussehen können, zeigen wir Ihnen gern persönlich – bei einem Gespräch oder direkt vor Ort.

Persönlich für Sie da:

Steffen Göllner

☎ +49 151 - 58 23 17 43

✉ steffen.goellner@hoermann-info.com

Weitere Informationen:
www.hoermann-info.com

Engpass betrifft alle Wirtschaftsbereiche

Neuer IHK-Fachkräftemonitor: Bis 2035 drohen in Ostwestfalen bis zu 65.000 unbesetzte Stellen



Foto: Wolfisier/adobe.com/generiert mit KI

Vom Fachkräftemangel besonders betroffen Branchen wie die Logistik.

Die Wirtschaft in Ostwestfalen und in ganz Nordrhein-Westfalen steht vor einer großen Herausforderung: Der Fachkräftemangel droht sich massiv zu verschärfen. Der neue IHK-Fachkräftemonitor prognostiziert bis zum Jahr 2035 eine Verdopplung unbesetzter Stellen – von aktuell rund 32.000 auf bis zu 65.000 in der Region. Landesweit könnte die Zahl von derzeit rund 290.000 auf über 610.000 steigen. Hauptgrund für diese Entwicklung ist der demografische Wandel. Bis 2035 werden in ganz NRW rund 2,5 Millionen Erwerbstätige das Rentenalter erreichen, darunter fast 230.000 Beschäftigte in Ostwestfalen. Dabei fehlen bereits heute vielerorts qualifizierte Arbeitskräfte – Tendenz steigend.

Der Engpass betrifft nahezu alle Wirtschaftsbereiche. Besonders betroffen sind gewerblich-technische Berufe im Metall-, Elektrobereich und Maschinenbau sowie

kaufmännische und dienstleistungsnahe Tätigkeiten – etwa in der Unternehmensführung, Organisation, im Gesundheitsbereich oder im Bereich Verkehr und Logistik. Auch das Qualifikationsniveau spielt eine wichtige Rolle: Der größte zusätzliche Bedarf zeigt sich bei beruflich qualifizierten Fachkräften, also bei Menschen mit abgeschlossener Berufsausbildung. Zunehmend größer wird die Lücke vor allem auch bei Experten sowie Spezialisten – ein Trend, der die wachsende Bedeutung von Fort- und Weiterbildungen unterstreicht.

Trotz struktureller Herausforderungen wie Energiewende, geopolitischer Unsicherheiten oder sich wandelnder Handelsbeziehungen entwickeln sich Unternehmen und die Wirtschaft weiter – und das Prognosemodell zeigt Wachstumspotenzial: Landesweit könnten binnen zehn Jahren rund 150.000 zusätzliche Arbeitsplätze entstehen, davon gut 34.000 in Ostwestfalen – vorausgesetzt,

es stehen genügend Fachkräfte zur Verfügung. Insgesamt müssten dem Fachkräftemonitor zufolge bis 2035 fast 2,7 Millionen Arbeitsplätze in ganz NRW neu besetzt werden, um die wirtschaftlichen Möglichkeiten im Land bestmöglich auszuschöpfen. In Ostwestfalen sind gut 262.000 Stellen binnen zehn Jahren neu zu besetzen – das entspricht etwa 30 Prozent der heute in der Region vorhandenen Arbeitsplätze.

Sollte es nicht gelingen, dem Fachkräftemangel wirksam zu begegnen, droht der Wirtschaft in NRW bis 2035 ein Wertschöpfungsverlust in Höhe von rund 40 Milliarden Euro – weil Betriebe Aufträge aufgrund fehlender Fachkräfte nicht annehmen oder Leistungen nicht erbringen könnten.

„Das frühzeitige Gewinnen, Qualifizieren und Sichern von Fachkräften lohnt sich – für die Unternehmen ebenso wie für die Zukunft des Wirtschaftsstandorts“, betont Petra Pigerl-Radtke, Hauptgeschäftsführerin der IHK Ostwestfalen zu Bielefeld. „Dabei geht es nicht um Einzelmaßnahmen, sondern um ein Zusammenspiel aus starker beruflicher Ausbildung, gezielter Weiterbildung, passenden Rahmenbedingungen für Beschäftigung sowie einer klugen Fachkräfteeinwanderung.“

Der neue IHK-Fachkräftemonitor bietet fundierte Daten für ganz NRW, Ostwestfalen sowie weitere IHK-Bezirke. Er ist ab sofort abrufbar über die Internetseite der IHK Ostwestfalen unter www.ostwestfalen.ihk.de sowie unter www.ihk-fachkraeftemonitor.de/nrw.

Dafür hat sich Ihre IHK abseits der Schlagzeilen eingesetzt: zwei Beispiele

ERFOLGREICHE INKLUSION DURCH STARKES NETZWERK

Wie ein gut funktionierendes Netzwerk Inklusion in der Praxis erfolgreich unterstützen kann, zeigte sich jüngst bei einem Betriebsbesuch im Kreis Minden-Lübbecke. Die Friedrich Klocke GmbH & Co. KG aus Porta Westfalica beschäftigt seit März einen Mitarbeiter mit einer erheblichen Sehbeeinträchtigung und wandte sich mit verschiedenen Fragestellungen an den Inklusionsberater Benjamin Lowack der Einheitlichen Ansprechstelle für Arbeitgeber (EAA) bei der IHK Ostwestfalen.

Im Fokus standen unter anderem Fragen zu Fördermöglichkeiten, zuständigen Stellen sowie konkreten Unterstützungsangeboten für den neuen Mitarbeitenden. „Dank unseres breiten Netzwerks konnten wir schnell die richtigen Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner einbinden und einen gemeinsamen Termin im Betrieb koordinieren“, so Lowack.

Am Betriebsbesuch beteiligten sich auch die Fachstelle für Menschen mit Behinderung im Beruf des Kreises Minden-Lübbecke sowie die Fachberatung für

Menschen mit Sehbehinderung vom Integrationsfachdienst. Vor Ort konnten sich alle Beteiligten ein umfassendes Bild von der Situation machen. Das Ergebnis: eine zielgerichtete, auf die betrieblichen Rahmenbedingungen abgestimmte Beratung für das Unternehmen und den Mitarbeiter.

Im Verlauf des Austauschs wurden weitere Themen angesprochen, darunter bislang wenig bekannte Möglichkeiten zur Reduzierung der Ausgleichsabgabe sowie erste Überlegungen zur inklusiven Ausbildung.

Das Fazit des Besuchs: Die kooperative Beratung vor Ort brachte für alle Seiten spürbaren Mehrwert. Durch das abgestimmte Vorgehen im Netzwerk konnten konkrete Lösungen entwickelt und neue Perspektiven für eine nachhaltige betriebliche Inklusion eröffnet werden.

IHK INFORMIERT BLITZSCHNELL

Mit dem Betreff „Sperranordnung 094-2025“ erreichte die IHK-Zweigstelle Minden am Donnerstag, 31. Juli, eine E-Mail eines Straßenbaulasträgers. Daraufhin wurden zunächst andere Arbeiten



Foto: IHK Ostwestfalen/Tilo Sommer

Petra Pigerl-Radtke
IHK-Hauptgeschäftsführerin

liegen gelassen und ein „Alarmstart“ organisiert. Denn: Für Montag, 4. August, wurde in der E-Mail eine Deckenerneuerung mit Vollsperrung und Umleitung bis Mitte September auf der L 733 in Hüllhorst angekündigt. In der Presse und im Internet war dazu nichts zu finden. Nach ergänzenden Telefonrecherchen hat die IHK-Zweigstelle direkt per E-Mail innerhalb von drei Stunden 19 Unternehmen, unter anderem aus dem dortigen Gewerbegebiet, über das Vorhaben informiert.

JETZT
mit Ihrer ANZEIGE dabei sein!

**ALLE INFOS
UND PREISE:**



„Die Belastung der Wirtschaft ist groß“

DIHK-Blitzumfrage zur **US-Handelspolitik**

Die aktuelle US-Handelspolitik sorgt in weiten Teilen der nordrhein-westfälischen Wirtschaft für Verunsicherung und wirtschaftliche Belastungen. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Blitzumfrage der Industrie- und Handelskammern unter 952 Unternehmen aus NRW.

DREI VON VIER UNTERNEHMEN SPÜREN NEGATIVE FOLGEN

„Die Belastung der Wirtschaft ist groß. Drei von vier Unternehmen berichten von negativen Auswirkungen. Bei Unternehmen mit US-Geschäft sind es sogar fast 90 Prozent“, erklärt Ralf Stoffels, Präsident von IHK NRW. „Das ist ein klares Signal aus der Wirtschaft. Wir brauchen verlässliche Handelsbeziehungen.“ Besonders betroffen sind der Maschinenbau, die Metallindustrie, aber auch der Großhandel. Auch Unternehmen ohne eigenes US-Geschäft spüren zunehmend die Folgen der bisherigen US-Handelspolitik – jedes zweite ist laut Umfrage indirekt betroffen, etwa über Kunden oder Zulieferer. Das zeigt, wie stark die NRW-Wirtschaft in globale Wertschöpfungsketten eingebunden ist.



Foto: moofushi/stock.adobe.com

Verunsicherung steigt Jedes zweite Unternehmen mit US-Geschäft gibt an, den Handel mit den USA reduzieren zu wollen.

Als größte Belastung nennen die Unternehmen vor allem handelspolitische Unsicherheiten und die Sorge vor neuen Zöllen. 81 Prozent der Befragten mit US-Geschäft geben dies als zentrales Problem an. Besorgt blicken diese Unternehmen auch auf den US-Basiszollsatz von aktuell zehn Prozent und künftig 15 Prozent.

EU-USA DEAL BRINGT KEINE ENTLASTUNG

Der jüngste EU-USA Handelsdeal sorgt dementsprechend nicht für Erleichterung:

Nur fünf Prozent der befragten Betriebe rechnen mit positiven Effekten. Die Mehrzahl dagegen empfindet ihn als Belastung. Bei Unternehmen mit US-Geschäft sind es sogar mehr als drei Viertel der Befragten. „Der EU-USA Deal in der jetzigen Form ist für den Großteil der Unternehmen mehr Belastung als Entlastung“, sagt Wulf-Christian Ehrich, Fachpolitischer Sprecher Außenwirtschaft bei IHK NRW. „Für die weiteren Verhandlungen braucht es eine starke EU, die auf wirtschaftliche Verbesserungen hinwirkt.“

TIPP

Potenziale anderer Weltregionen erschließen

Die aktuelle US-Zollpolitik, allgemeine geopolitische Veränderungen sowie der zunehmende Protektionismus sind zentrale Herausforderungen für die deutsche Exportwirtschaft. Dabei sind Unternehmen bei ihrem Auslandsge­schäft auf stabile Lieferketten und freien Handel angewiesen. Der Abschluss von neuen Freihandelsabkommen kann dem Trend entgegenwirken und für die dringend benötigte Planungssicherheit sorgen. Insbesondere Märkte

wie Südamerika bieten enorme Entwicklungsmöglichkeiten, so dass das Mercosur-Abkommen endlich ratifiziert werden sollte. Um ostwestfälische Unternehmen über Potenziale in anderen Weltmärkten zu informieren, heißt das Motto der IHK-Begegnungstage 2026 „Ostwestfalen meets Latin America“.

Interessierte Unternehmen, die als Partner mitwirken wollen, können sich per E-Mail an **Jan Lutz Müller**, IHK-Referatsleiter International, wenden: j.mueller@ostwestfalen.ihk.de.

Ein grundsätzliches Problem: Ob und in welchem Maße die angekündigten handelspolitischen Vereinbarungen Bestand haben, ist derzeit schwer absehbar.

PLANUNGSUNSICHERHEIT FRIERT INVESTITIONEN EIN

Die handelspolitischen Unsicherheiten sorgen für ein Umdenken bei den Unternehmen hinsichtlich ihrer Marktstrategien. Jedes zweite Unternehmen mit US-Geschäft gibt an, den Handel mit den USA reduzieren zu wollen. Als weiteren Schritt passen die Unternehmen ihren Umgang mit den US-Zollkosten an. Um Mehrkosten aufzufangen, geben 86 Prozent der Unternehmen diese zumindest teilweise an ihre Kunden in den USA weiter. Damit heizen die Zölle die US-Inflation weiter an. Die Befragung zeigt auch: Knapp 30 Prozent der Unternehmen mit US-Geschäft vertagen Investitionen oder legen sie auf Eis.



Für Nordrhein-Westfalen sind die USA weiterhin ein unverzichtbarer Markt. IHK NRW fordert nach dem Hin und Her der vergangenen Monate daher Stabilität und Verlässlichkeit in der transatlantischen Partnerschaft.

An der bundesweiten Blitzumfrage der DIHK vom 31. Juli bis zum 4. August haben sich aus NRW 952, bundesweit 3.355 Unternehmen beteiligt.



Weitere Themen zur Außenwirtschaft gibt es im Außenwirtschaftsportal NRW: <https://weltweit-erfolgreich.de/nrw>.

IHK NRW ist der Zusammenschluss der Industrie- und Handelskammern in Nordrhein-Westfalen. IHK NRW vertritt die Gesamtheit der IHKs in NRW gegenüber der Landesregierung, dem Landtag sowie den für die Kammerarbeit wichtigen Behörden und Organisationen.



Seit 1997 in Bielefeld.

Verantwortung für Ihr Vermögen.

CONCEPT
VERMÖGENSMANAGEMENT

Wir sind für Sie da: Welle 15 | 33602 Bielefeld | Mehr Informationen unter www.c-vm.com



Internationale Zahlungsabwicklung und -absicherung – Welche Möglichkeiten haben Unternehmen?

Für eine Vielzahl exportorientierter Unternehmen in Deutschland stellt die sichere Abwicklung von Zahlungen im Auslandsgeschäft ein zentrales Thema dar. Währungsrisiken, Zahlungsausfälle oder politische Unsicherheiten können zu finanziellen Verlusten führen. Umso wichtiger ist es, geeignete Instrumente zur Zahlungsabwicklung und -absicherung zu kennen und richtig einzusetzen. Der Markt bietet hier sowohl staatlich geförderte als auch privatwirtschaftliche Lösungen.

Bei der Vertragsgestaltung haben Unternehmen unterschiedliche Zahlungsvereinbarungen zur Verfügung. Die risikoärmste Variante für den Exporteur stellt die Vorkasse dar, bei der der Käufer vor Lieferung vollständig bezahlt. Diese Variante ist für den Importeur jedoch wenig attraktiv – das Risiko liegt hier klar auf seiner Seite. Am anderen Ende des Spektrums steht das sogenannte „Clean Payment“, also die offene Rechnung, bei der die Ware geliefert wird und die Zahlung später erfolgt. Diese Methode ist sehr kundenfreundlich, birgt aber ein hohes Risiko für den Lieferanten.

Dazwischen existieren eine Vielzahl von Instrumenten, mit denen sich Risiken auf beide Seiten besser verteilen lassen. Besonders verbreitet ist das Dokumentenakkreditiv (Letter of Credit, L/C), bei dem eine Bank die Zahlung garantiert, wenn bestimmte Dokumente – etwa über Versand und Wareninhalt – korrekt vorgelegt werden. Es handelt sich um ein rechtssicheres und bankgestütztes Verfahren, das weltweit etabliert ist, jedoch mit zusätzlichen Kosten und bürokratischem Aufwand verbunden ist.

Eine pragmatischere und kostengünstigere Alternative ist das Dokumenteninkasso. Die Bank übergibt dem Importeur die Liefersdokumente erst, wenn dieser gezahlt hat oder eine Zahlungszusage gegeben wurde. Zwar wird so eine gewisse Sicherheit hergestellt, das Risiko eines Zahlungsausfalls bleibt jedoch bestehen, da keine Garantie durch die Bank erfolgt.

Ein weiteres bedeutendes Instrument sind Bankgarantien – zum Beispiel Anzahlungs-, Erfüllungs- oder Gewährleistungsgarantien. Sie dienen als Absicherung für bestimmte Vertragspflichten. Für Exporteure bieten sie Schutz vor mangelhafter Leistung oder ausbleibender Zahlung und gelten international als verlässliche Sicherheit.

Für Unternehmen, die regelmäßig mit Zahlungsausfällen zu kämpfen haben oder schneller Liquidität benötigen, bieten sich moderne Finanzinstrumente wie Kreditversicherungen oder Factoring an. Letzteres ermöglicht es, Forderungen an spezialisierte Dienstleister zu verkaufen, um eine sofortige Liquidität zu erreichen. Der Dienstleister übernimmt dabei häufig auch

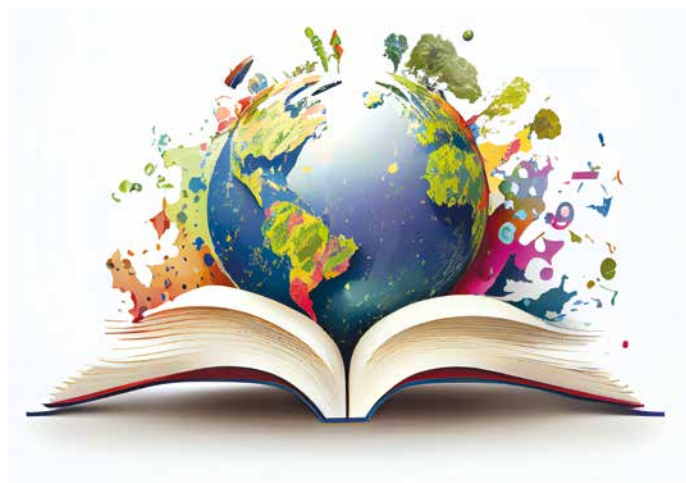


Foto: Mukhlesur/stock.adobe.com

das Debitorenmanagement und das Risiko eines Forderungsausfalls. Kreditversicherungen wiederum ermöglichen dem Unternehmen, sich gegen wirtschaftlich bedingte Zahlungsausfälle abzusichern – ein Modell, das vor allem bei großen Geschäftspartnern oder längeren Zahlungszielen sinnvoll ist.

Auch der Staat bietet mit Exportkreditgarantien des Bundes (sogenannten „Hermesdeckungen“) leistungsfähige Instrumente. Sie sichern vornehmlich politische Risiken, aber auch wirtschaftliche Risiken ab. In der Praxis werden diese Garantien oft bei Lieferungen in Schwellen- oder Entwicklungsländer eingesetzt oder bei Aufträgen mit langen Zahlungszielen. Die Bundesregierung hat das System zuletzt reformiert und erleichtert nun auch die Absicherung bei komplexen internationalen Wertschöpfungsketten. Zuständig ist die Euler Hermes Aktiengesellschaft als Mandatar des Bundes.

Ergänzend zur Zahlungssicherheit spielt das Währungsrisiko eine zunehmende Rolle. Vor allem bei Geschäften in US-Dollar, britischem Pfund oder anderen Nicht-Euro-Währungen können Wechselkursschwankungen Gewinne empfindlich schmälern. Abhilfe schaffen hier Devisentermingeschäfte, sogenannte Forwards, bei denen ein festgelegter Wechselkurs für einen zukünftigen Zeitpunkt vereinbart wird. Einige Banken bieten auch strukturierte Produkte an, die je nach Kurssituation Chancen und Risiken ausgleichen.

Insgesamt zeigt sich, dass eine sorgfältig gewählte Kombination aus geeigneten Zahlungsmodalitäten, Absicherungsinstrumenten und gegebenenfalls staatlicher Unterstützung ein wesentlicher Erfolgsfaktor im internationalen Geschäft ist.

Mehr Infos und Ansprechpartner in der
IHK-Internationalabteilung unter ►



Neues Förderprogramm für Transformation

NRW.BANK will Investitionsentscheidungen erleichtern

Das neue Darlehensprogramm „NRW.BANK.Invest Zukunft“ fördert die Transformation der Wirtschaft in Sachen Innovation, Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Damit sorgt die NRW.BANK nach eigenen Angaben für mehr Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftssicherung in Nordrhein-Westfalen. „Transformation ist gerade in all seinen Facetten das große Thema – aber die Investitionen müssen sich für die Unternehmen schnell rechnen. Zudem ist Planungssicherheit wichtig, gerade für die mittelständischen, oft familiengeführten Industrieunternehmen, die auch die Wirtschaftsstruktur in Ostwestfalen prägen“, erklärt Johanna Antonie Tjaden-Schulte, Vorständin der NRW.BANK, die Motivation der Förderbank für die Entwicklung des neuen Förderprogramms.

Mit NRW.BANK.Invest Zukunft erhalten Unternehmen, die in Innovation, Digitalisierung und Nachhaltigkeit investieren, umfangreiche Unterstützung von der NRW.BANK. Das Programm deckt ein breites Spektrum von Investitionen ab, zum Beispiel in:

- digitale Geschäftsprozesse,
- Elektromobilität und umweltfreundliche Technologien,
- die Kreislaufwirtschaft und nachhaltige Produktionsverfahren,
- die Umstellung auf Erneuerbare Energien oder
- den Einsatz von KI.

Das Darlehensprogramm, das Unternehmen seit Mitte Mai über ihre Hausbank beantragen können, bietet einen

gegenüber dem Marktzins um bis zu zwei Prozent niedrigeren Zinssatz. Statt zum Beispiel 4,5 Prozent zahlt ein Unternehmen damit nur einen Zinssatz von 2,5 Prozent. Die zinsvergünstigten Darlehen können alle Unternehmen in Nordrhein-Westfalen nutzen. Hinzu kommen für kleinere und mittelgroße Unternehmen Tilgungsnachlässe von fünf, zehn oder 20 Prozent – abhängig von Investitionshöhe und Unternehmensgröße. „Ein kleines Unternehmen, das 500.000 Euro investiert, kann zum Beispiel gleich 170.000 Euro sparen“, rechnet die Vorständin vor. Die Förderung wird zudem deutlich einfacher. Bei NRW.BANK.Invest Zukunft reicht ein einfacher Verwendungsnachweis aus – Bürokratie wird damit auf ein Minimum reduziert. Außerdem fasst NRW.BANK.Invest Zukunft gleich vier bestehende Förderangebote zusammen. So können Unternehmen schnell und bequem von den Vorteilen profitieren. Die NRW.BANK will damit Investitionen attraktiver machen, die die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen steigern und für mehr Tempo in der Transformation sorgen.

Mehr Infos zum
Förderprogramm unter ▶



Bei der IHK Ostwestfalen ist Ben Schattenberg Ansprechpartner für alle Themen rund um Transformation:

Tel.: 0521 554-223

E-Mail: b.schattenberg@ostwestfalen.ihk.de

HÖRMANN



HALLENBAU TRIFFT PV

LAGERÜBERDACHUNGEN



- Breites Know-how für Holz, Stahl und Beton
- Große freitragende Spannweiten
- Vorteile im Brandschutz durch F30 Bauweise
- Komplettpaket: Planen, Fertigen und Ausführen
- Auf das Gebäude abgestimmte PV-Anlage

GEWERBEHALLEN MIT BÜRO



IHR ANSPRECHPARTNER IN DER REGION:

Steffen Göllner

☎ +49 151 - 58 23 17 43

✉ steffen.goellner@hoermann-info.com

Rudolf Hörmann GmbH & Co. KG

Zweigniederlassung Nord-West

Iserloyer Straße 35

27801 Döttingen

✉ info@hoermann-info.com

🌐 www.hoermann-info.de



„Demokratie lebt vom Dialog“

Wirtschaftsjunioren Ostwestfalen im Gespräch mit Landes- und Kommunalpolitik



Foto: WJ NRW | Malte Reiter

Wirtschaft meets Wüst Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Know-how-Transfers der WJ NRW im nordrhein-westfälischen Landtag mit Ministerpräsident Hendrik Wüst (vorne, Mitte).

Zwei starke Formate, ein gemeinsames Ziel: den Austausch zwischen junger Wirtschaft und Politik fördern. Die Wirtschaftsjunioren Ostwestfalen (WJO) haben in den vergangenen Wochen gezeigt, wie dieser Dialog gelebt wird – sowohl auf Landesebene beim Know-how-Transfer im Landtag NRW als auch auf kommunaler Ebene beim Politik-Talk zur Oberbürgermeisterwahl in Bielefeld. Gemeinsam mit über 60 Juniorinnen und Junioren aus ganz NRW waren die Wirtschaftsjunioren Ostwestfalen beim diesjährigen Know-how-Transfer der WJ NRW im nordrhein-westfälischen Landtag vertreten. Zwei Tage lang begleiteten die Teilnehmenden Abgeordnete bei ihrer Arbeit, diskutierten aktuelle Themen und gewannen spannende Einblicke in die parlamentarischen Abläufe.

Die Ostwestfalen tauschten sich unter anderem mit Raphael Tigges (CDU), Tom Brüntrup (CDU) sowie Thorsten Klute und Christina Kampmann (beide SPD) aus und erlebten Fraktionssitzungen, Ausschussarbeit und Plenardebatten hautnah. Im Austausch mit Landtagspräsident André

Kuper wurde die Relevanz des Formats deutlich: „Demokratie lebt vom Dialog, vom gegenseitigen Zuhören und Verstehen. Politik und Wirtschaft können viel voneinander lernen“, sagt Annika Eweler, Vorstandssprecherin der Wirtschaftsjunioren Ostwestfalen.

Burcu Arslan, Mitglied der Wirtschaftsjunioren Ostwestfalen, beschreibt ihre Eindrücke: „Ich war Teil des Know-how-Transfers NRW – zwischen Wirtschaft und Politik. Was ich dabei gelernt habe? Führung bedeutet nicht, sich abzugrenzen. Führung heißt, dort zuzuhören, wo andere längst den Rückzug antreten. Nicht um nachzugeben, sondern um zu verstehen. Denn nur, wer Brücken baut, begreift, wie Gesellschaft wirklich funktioniert. Und wer führen will, darf sich nicht in der eigenen Blase einrichten, sondern muss bereit sein, den ganzen Raum zu betreten.“

POLITIK-TALK ZUR OB-WAHL: BIELEFELDS ZUKUNFT IM FOKUS

Ganz im Zeichen der Kommunalpolitik stand der Politik-Talk zur Oberbürgermeisterwahl in Bielefeld. Auf Einladung

der WJ OW diskutierten sechs OB-Kandidatinnen und Kandidaten – Dr. Christiana Bauer (CDU), Dominic Hallau (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN), Ingo Nürnberger (SPD), Dr. Onur Ocak (DIE LINKE), Dr. Florian Sander (AfD) und Jasmin Wahl-Schwentker (FDP) – mit der jungen Wirtschaft über zentrale Zukunftsthemen der Stadt: von Mobilität und Stadtentwicklung über Start-up-Förderung bis hin zur Bildungspolitik und Fachkräftesicherung.

„Der offene Austausch zwischen Politik und Wirtschaft ist uns ein zentrales Anliegen“, betont der WJO-Vorstand. Die Einladung folgte transparenten Kriterien, die Teilnahme war auf Kandidatinnen und Kandidaten beschränkt, deren Parteien im Bundestag, im NRW-Landtag oder mit Fraktionsstatus im Bielefelder Stadtrat vertreten sind.

Mit rund 60 Gästen und einem lebendigen, sachlichen Austausch war die Veranstaltung ein voller Erfolg. „Formate wie dieser Politik-Talk leisten einen wichtigen Beitrag zur politischen Meinungsbildung und stärken die Verbindung zwischen junger Wirtschaft und Kommunalpolitik – für ein starkes, zukunftsfähiges Bielefeld.“

Mit beiden Formaten unterstreichen die Wirtschaftsjunioren Ostwestfalen ihr Selbstverständnis als Brückenbauer zwischen Wirtschaft, Politik und Gesellschaft. Ob im Landtag oder vor Ort in Bielefeld: Im direkten Gespräch lassen sich Perspektiven besser verstehen und gemeinsame Lösungen entwickeln. Die Wirtschaftsjunioren Ostwestfalen sind ein Netzwerk junger Unternehmerinnen, Unternehmer und Führungskräfte unter 40 Jahren. Sie engagieren sich für unternehmerisches Denken, gesellschaftliche Verantwortung und die nachhaltige Entwicklung der Region.

Mehr unter: www.wj-o.de

Kann das Urlaubsgeld in Krisenzeiten gekürzt werden?

Ob als dreizehntes Monatsgehalt oder als Dankeschön für eine gute Zusammenarbeit: Weihnachtsgeld, Urlaubsgeld und Co. gehören in vielen Unternehmen dazu. Was in Zeiten des wirtschaftlichen Aufschwungs gerne gezahlt wird, kann sich in Krisenzeiten als zusätzliche Belastung erweisen. Doch ist es ohne weiteres möglich, eine solche Sonderzahlung wegen wirtschaftlicher Schwierigkeiten zu kürzen oder sogar ganz zu streichen?

Einen gesetzlichen Anspruch auf Sonderzahlungen haben Arbeitnehmer nicht. Oftmals sind Arbeitgeber aber dennoch in der Pflicht, weil sich ein Anspruch aus einer sie bindenden Vereinbarung ergibt. Häufig handelt es sich dabei um Tarifverträge, Betriebsvereinbarungen oder den individuellen Arbeitsvertrag. Möglich ist aber auch, dass sich Arbeitgeber aufgrund einer sogenannten betrieblichen Übung selbst gebunden haben. Nach dreimaliger vorbehaltloser Gewährung beispielsweise eines Urlaubsgeldes wird von den Arbeitsgerichten das Entstehen einer betrieblichen Übung anerkannt und damit eine Bindung für die Zukunft. Auch der arbeitsrechtliche Gleichbehandlungsgrundsatz kann zu einer Zahlungspflicht führen: Wird einem Teil der Belegschaft eine Sonderzahlung aufgrund einer selbstgesetzten Regelung gewährt, dann dürfen einzelne Mitarbeiter oder Gruppen von Mitarbeitern nur ausgenommen werden, wenn es für die Differenzierung einen sachlichen Grund gibt.

Ob Arbeitgeber in Krisenzeiten von der Zahlung absehen können, hängt in erster Linie davon ab, ob überhaupt eine Zahlungsverpflichtung besteht und ob Einschränkungen oder Lösungsmöglichkeiten vorgesehen sind. Eine besondere Bedeutung haben in diesem Zusammenhang Freiwilligkeits- und

Widerrufsvorbehalte. Mit Hilfe eines Freiwilligkeitsvorbehalts kann verhindert werden, dass überhaupt ein Anspruch aus betrieblicher Übung entsteht. Widerrufsvorbehalte wiederum verhindern zwar nicht das Entstehen eines Anspruchs, lassen aber eine erleichterte Lösung zu. Sowohl Freiwilligkeits- als auch Widerrufsvorbehalte sind nicht schrankenlos möglich, insbesondere dürfen sie nicht intransparent sein. Nicht zulässig ist beispielsweise, einen Widerrufsvorbehalt ohne Angabe von Widerrufsgründen zu vereinbaren. Denkbar ist jedoch, sich den Widerruf für den Fall einer wirtschaftlichen Notlage vorzubehalten.

Ist der Arbeitgeber einmal gebunden und ist keine Lösungsoption vorgesehen, gibt es nur noch wenige Möglichkeiten, um von der Zahlung absehen zu können. Bei einzelvertraglich vereinbarten oder auf einer betrieblichen Übung basierenden Ansprüchen können eine einvernehmliche Regelung oder gegebenenfalls eine Änderungskündigung in Frage kommen. Im Falle tarifvertraglicher Regelungen müsste der Tarifvertrag geändert werden und bei einer Gewährung aufgrund einer Betriebsvereinbarung müsste diese geändert oder beendet werden.

Insbesondere im Zusammenhang mit Sonderzahlungen können vertragliche Vereinbarungen dazu dienen, unliebsamen Überraschungen und rechtlichen Auseinandersetzungen vorzubeugen. Unternehmen, die eine Gewährung einer Sonderzahlung beabsichtigen, sollten frühzeitig juristischen Rat einholen.

**Mehr Infos zu Rechtsthemen
und die Ansprechpartnerinnen
in der IHK-Rechtsabteilung unter ►**



OWI ONLINE

Die OWI finden Sie auch immer auf ihrer eigenständigen Webseite. Dort finden Sie eine „Online-Printausgabe“ zum komfortablen Blättern und Suchen.

www.owimagazin.de



Herausragende Ausbildungsleistungen gewürdigt

IHK-Ausbildungstour 2025 macht Station bei sechs Unternehmen

Eine positive Zwischenbilanz der diesjährigen Ausbildungstour ziehen IHK-Präsident Jörn Wahl-Schwentker und IHK-Hauptgeschäftsführerin Petra Pigerl-Radtke. Bei bislang fünf Unternehmen in Ostwestfalen informierten sich die beiden über die aktuelle Ausbildungssituation und Herausforderungen und betonten, wie wichtig die Duale Ausbildung für die Fachkräftesicherung ist. Die IHK-Führungsspitze machte Station bei der Wehrmann GmbH & Co KG in Hiddenhausen, der Seppeler Holding und Verwaltungs GmbH & Co. KG in Rietberg, der Hagemeyer Retail GmbH & Co. KG in Minden, der Wöhler Holding GmbH in Bad Wünnenberg und der Dürkopp Fördertechnik GmbH in Bielefeld. Mitte September steht zum Abschluss noch ein Besuch bei der Wieneke Anlagenbau und Verfahrenstechnik GmbH in Bad Driburg auf dem Programm.

Zum Start der Ausbildungstour informierte sich Wahl-Schwentker bei der **Wehrmann GmbH & Co KG** in Hiddenhausen, einem besonders engagierten Ausbildungsbetrieb im Kreis Herford, über deren Erfahrungen mit der beruflichen Bildung. Begleitet von Pigerl-Radtke tauschte sich der IHK-Präsident darüber hinaus mit Geschäftsführerin Julia Wehrmann und dem stellvertretenden Substituten Marc Schlarmann über aktuelle Herausforderungen bei der Dualen Ausbildung aus.

„Unsere Ausbildungstour soll die herausragenden Leistungen ostwestfälischer Betriebe in der Nachwuchsförderung sichtbar machen. Gleichzeitig wollen wir dabei auch Fragen zur Berufsbildung direkt mit den Unternehmen diskutieren“, erklärte Wahl-Schwentker.



Foto: Heiko Stoll/IHK Ostwestfalen

Engagiert Alina Köster, Auszubildende zur Kauffrau im Einzelhandel, arbeitet am liebsten an der Frischetheke. Davon überzeugte sie beim Start der IHK-Ausbildungstour 2025 Marc Schlarmann, stellvertretender Substitut, Julia Wehrmann, Geschäftsführerin Wehrmann GmbH & Co KG, Jörn Wahl-Schwentker, IHK-Präsident, und Petra Pigerl-Radtke, IHK-Hauptgeschäftsführerin (von rechts). Das Foto steht stellvertretend für die bislang fünf besuchten Betriebe der diesjährigen IHK-Ausbildungstour.

Bei der Wehrmann GmbH & Co KG, die sieben Lebensmittelmärkte betreibt, wurde deutlich, dass Ausbildung dort einen hohen Stellenwert hat: „Ich freue mich sehr auf die Möglichkeit, unser Konzept für eine gute Ausbildung vorzustellen. Dies schafft einen besonderen Fokus auf das Thema Ausbildung im gesamten Unternehmen. Die Ausbildung im Lebensmittel-Einzelhandel ist eine Ausbildung, die Spaß macht und wo der Azubi viele Möglichkeiten hat, früh Verantwortung zu übernehmen. Das mitunter negative Image dieser Ausbildung halte ich für falsch. Ich sehe unseren Auftrag auch darin, dies zu ändern“, sagte Wehrmann.

Ausbildung steht auch hoch im Kurs bei der **Seppeler Holding und Verwaltungs**

Weitere Fotos
gibt es auf dem
IHK-Blog ▶



GmbH & Co. KG, einem führenden Anbieter von Feuerverzinkung, Beschichtung, Behältertechnik und Gitterrosten. Geschäftsführer Thomas Weise betonte: „Bei Seppeler stehen unsere Mitarbeitenden und ihre Entwicklung im Mittelpunkt. Wir sind überzeugt, dass nachhaltiges Wachstum nur durch Engagement und eine auf Vertrauen basierende Unternehmenskultur möglich ist. Gemeinsam arbeiten wir daran, hochwertige Lösungen zu schaffen und einen positiven Beitrag für unsere Kunden und die Gesellschaft zu leisten.“

Auch bei der **Hagemeyer Retail GmbH & Co. KG** mit zwei Modehäusern in Minden und Stadthagen sowie Gastronomiebetrieben genießt Ausbildung einen hohen Stellenwert: „Die Ausbildung junger Menschen liegt uns sehr am Herzen – sie ist Investition in die Zukunft unseres Hauses und unserer Branche. Mit Begeisterung, Verantwortung und Nähe begleiten wir unsere Auszubildenden auf ihrem Weg in eine berufliche Zukunft mit Perspektive. Denn die Menschen machen den Unterschied – Ware gibt es überall“, sagte Daniela Drabert, geschäftsführende Gesellschafterin und IHK-Vizepräsidentin.

Welche wichtige Rolle die Qualifizierung angehender Fachleute für die Unternehmensentwicklung spielt, unterstrich ebenfalls Daniel Horenkamp, Geschäftsführer der **Wöhler Brush Tech GmbH**: „Die interne fachliche Berufsausbildung ist für uns im Sondermaschinenbau essenziell, nur so können wir als Unternehmen sicherstellen, dem drohenden Fachkräftemangel erfolgreich entgegenzuwirken und haben somit unsere unternehmerische Entwicklung in der eigenen Hand.“ Die Unternehmensgruppe mit Hauptsitz in Bad Wünnenberg ist Spezialist für Messgeräte, Videoinspektion und Kehrgeräte, Maschinenbau und Technische Bürsten.

Auch Dirk Bockelmann, Geschäftsführer bei der **Dürkopp Fördertechnik GmbH (DFT)**, setzt darauf, selbst auszubilden: „Gut ausgebildete Fachkräfte sind das Fundament unseres Erfolgs – deshalb investieren wir mit Überzeugung in die Ausbildung und bieten jungen Menschen bei DFT und Partnerbetrieben eine Perspektive mit Zukunft.“ Das

Bielefelder Unternehmen, das Sortier- und Sequenzieranlagen entwickelt und produziert, beschäftigt aktuell mehr als 470 Mitarbeitende.

Wie wichtig das Thema Ausbildung ist, untermauern auch die zum offiziellen Start des Ausbildungsjahres am 1. August veröffentlichten Zahlen: An dem Stichtag verzeichnete die IHK Ostwestfalen 5.623 neu abgeschlossene Ausbildungsverträge – rund 5,9 Prozent weniger als zum Vorjahresstichtag. Damit schneidet die Region immer noch etwas besser ab als der Landestrend, der einen Rückgang von 6,8 Prozent aufweist. In kaufmännischen Berufen wurden in Ostwestfalen bislang 3.297 neue Verträge registriert (Vorjahr: 3.395, -2,9 Prozent), in gewerblich-technischen Berufen 2.326 (Vorjahr: 2.581, -9,9 Prozent). Trotz des Rückgangs zeigen die große Zahl noch unbesetzter Ausbildungsstellen und die jüngste Ausbildungsumfrage der IHKs, an der sich 326 ostwestfälische Unternehmen beteiligt haben: Der Ausbildungsmarkt in der Region bietet jungen Menschen weiterhin sehr gute Chancen.

Denn insgesamt sei für Unternehmen die Ausbildung junger Leute die beste Prophylaxe gegen den Fachkräftemangel. „Unternehmen suchen weiterhin motivierte Auszubildende – auch jetzt noch für dieses Jahr“, ermunterte Pigerl-Radtke alle jungen Menschen, die noch nicht fündig geworden seien. Freie Ausbildungsstellen in der Region finden sich auf dem Onlineportal www.ausbildung.nrw/ostwestfalen.

Kostenlose Hilfe bei der Suche nach einem Ausbildungsplatz bietet zudem das IHK-Projekt „Passgenaue Besetzung“: passgenau@ostwestfalen.ihk.de.

Büro für
Sicherheit und
Brandschutz



Brandschutzbeauftragter

nach DGUV Information 205-003



Erstausbildung

64 Unterrichtseinheiten Theorie und Praxis
handfest und humorvoll vermittelt von
langjährigen Praktikern

10.11. bis 13.11. und 17.11. bis 20.11.2025

Fortbildung/Austausch

für Brandschutzbeauftragte
23.01.2026

jeweils in Präsenz in Lippstadt

Anmeldung und weitere Infos
02941-8879970
post@bsb-wichert.de
www.bsb-wichert.de

45 Jahre **DEUTSCHE INDUSTRIEBAU**
DIE UNTERNEHMENSGRUPPE

– **Jahres-Mietrückläufer -50%** –

Erst günstig chartern - dann kaufen



150.000m² Werksausstellung und Showroom
59590 Geseke/B1 - ☎ 02942 - 98800

www.deutsche-industriebau.de

Junge Leute händeringend gesucht

DIHK-Ausbildungsumfrage 2025 benennt Ausbildungshemmnisse

Unternehmen wollen ausbilden, stehen dabei aber vor vielfältigen Herausforderungen: Die wirtschaftliche Lage einerseits und andererseits Probleme, geeignete Auszubildende zu finden, setzen den Ausbildungsmarkt von zwei Seiten unter Druck – zu diesem Ergebnis kommt die diesjährige Ausbildungsumfrage der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK).

Die DIHK-Ausbildungsumfrage 2025 beruht auf 15.000 Unternehmensantworten aus allen IHK-Branchen und Regionen. Daran beteiligt haben sich auch 326 ostwestfälische Firmen. Auch ihre Antworten machten deutlich, dass zahlreiche Unternehmen in der Region keine passenden Bewerberinnen und Bewerber finden. Rund 40 Prozent der ausbildenden Betriebe gaben an, dass sie nicht alle Ausbildungsplätze besetzen konnten, bei 26 Prozent gingen gar keine oder nur sehr wenige Bewerbungen ein.

Dennoch bietet der Ausbildungsmarkt für junge Menschen weiterhin sehr gute Chancen. Auf der Berufseinstiegsplattform



Foto: Frank Gärtner/stock.adobe.com (generiert mit KI)

Einstieg in den Beruf Viele Unternehmen in Ostwestfalen suchen noch Auszubildende.

www.ausbildung.nrw/ostwestfalen bieten Unternehmen noch zahlreiche freie Ausbildungsplätze an.

Unternehmen, die auf der Suche nach Auszubildenden sind, können sich außerdem im Projekt „Passgenaue Besetzung“ kostenlose Unterstützung holen:

Lea Gerling (Kreis Minden-Lübbecke)

Tel.: 0571 3853816

E-Mail: l.gerling@ostwestfalen.ihk.de

Stephanie Wiedey (alle weiteren Kreise und Stadt Bielefeld)

Tel.: 0521 554143

E-Mail: s.wiedey@ostwestfalen.ihk.de

Das Projekt „Passgenaue Besetzung“ wird auf Beschluss des Bundestages durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie gefördert.

Warum konnte der Platz / konnten die Plätze nicht besetzt werden?



JETZT #KÖNNENLERNEN

Grafik: IHK Ostwestfalen

Alle Ergebnisse der
DIHK-Ausbildungsumfrage
2025 zum Download ▶



Muss ich meinen ausländischen Abschluss in Deutschland anerkennen lassen, wenn ich in dem Beruf arbeiten möchte?

Ob die Anerkennung eines ausländischen Berufs in Deutschland notwendig ist, hängt davon ab, ob es sich um einen reglementierten oder nicht-reglementierten Beruf handelt. Bei reglementierten Berufen ist die Anerkennung notwendig, um in dem Beruf arbeiten zu können. Für die Ausübung nicht reglementierter Berufe ist die Anerkennung nicht vorgeschrieben.

DOCH WORIN BESTEHT DER UNTERSCHIED?

Reglementierte Berufe sind Berufe, die gesetzlich geregelt sind und in Deutschland nur mit einer offiziellen Anerkennung oder Zulassung ausgeübt werden dürfen. Beispiele hierfür sind Ärztinnen und Ärzte, Rechtsanwältinnen und Rechtsanwälte oder Lehrerinnen und Lehrer.

Nicht-reglementierte Berufe hingegen sind Tätigkeiten, die keiner speziellen gesetzlichen Zulassung oder Anerken-

nung bedürfen. Hierbei handelt es sich beispielsweise um Berufe im Bereich der Wirtschaft, Technik oder Dienstleistungen. Für diese Berufe ist eine Anerkennung der Qualifikation zwar möglich, aber nicht zwingend erforderlich, um in Deutschland tätig zu werden (Ausnahmen bilden visa- oder aufenthaltsrechtliche Bestimmungen).

Die Vorteile einer Anerkennung in einem nicht-reglementierten Beruf sind dennoch erheblich: Sie schafft Rechtssicherheit und Transparenz, erhöht die Beschäftigungschancen, da Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber die Anerkennung schätzen und die Bewerbung dadurch attraktiver wird. Mit einer anerkannten Qualifikation lassen sich auch bessere Konditionen bei Gehalt und Arbeitsbedingungen aushandeln. Darüber hinaus erleichtert die Anerkennung den Zugang zu Weiterbildungsmaßnahmen und Aufstiegsmöglichkeiten, was die



Foto: IHK Ostwestfalen

Şengül Budak

Anerkennung ausländischer Berufsabschlüsse,
Höhere Berufsbildung und Fachkräftesicherung,
Tel.: +49 521 554 163
E-Mail: s.budak@ostwestfalen.ihk.de

berufliche Entwicklung fördert. Nicht zuletzt unterstützt sie die langfristige Integration in den deutschen Arbeitsmarkt und schafft stabile Perspektiven für die Zukunft.

Mit IHRER ANZEIGE zum ERFOLG!



Als Ihr Medienberater bin ich gerne für Sie da.
Sprechen Sie mich an!

Lars Brockmann
Tel. 05261 6690215
owi@amm-lemgo.de



**ALLE INFOS
UND PREISE:**

Fit in die Ausbildung

Der gute Ton am Telefon – Telefontraining für Auszubildende

Bielefeld | 27.10.2025

Edith Plegge 195,- €

Fit in die Ausbildung – Benimm ist „in“

Bielefeld | 29.09.2025

Martina Rosemeier 20,- €

Fit in die Ausbildung – Lernen lernen

Minden | 27.10.2025

Ricarda von Diepenbroick 20,- €

Fit in die Ausbildung – Sicherer Umgang mit digitalen Medien

Bielefeld | 16.10.2025

Thorsten Ising 20,- €

Fit in die Ausbildung – Zeit- und Selbstmanagement

Paderborn | 13.11.2025

Edith Plegge 20,- €

Fit in die Ausbildung – Zeit- und Selbstmanagement

Paderborn | 13.11.2025

Edith Plegge 20,- €

Fit in die Ausbildung – Zeit- und Selbstmanagement

Paderborn | 13.11.2025

Edith Plegge 20,- €

Fit in die Ausbildung – Zeit- und Selbstmanagement

Paderborn | 13.11.2025

Edith Plegge 20,- €

Fit in die Ausbildung – Zeit- und Selbstmanagement

Paderborn | 13.11.2025

Edith Plegge 20,- €

Fit in die Prüfung

Fit in die Prüfung – Fachkraft für Lagerlogistik

Bielefeld | 07.10.2025 – 20.11.2025

Paul Klippenstein 260,- €

Fit in die Prüfung – Fachlagerist/-in

Bielefeld | 07.10.2025 – 20.11.2025

Marcus Rosenbaum 260,- €

Fit in die Prüfung – Industriekauf- mann/-frau

Paderborn | 06.10.2025 – 19.11.2025

Thomas Eikel,
Udo Léon Schmitz 260,- €

Fit in die Prüfung – Kaufmann/-frau im E-Commerce Teil 2

Online | 06.10.2025 – 17.11.2025

Referententeam 390,- €

Fit in die Prüfung – Kaufmann/-frau im Einzelhandel Teil 1

Bielefeld | 06.10.2025 – 19.11.2025

Liza Hagemeyer 260,- €

Fit in die Prüfung – Kaufmann/-frau im Gesundheitswesen

Online | 14.10.2025 – 18.11.2025

Referententeam 390,- €

Prüfungslehrgänge

Geprüfte/-r Fachwirt/-in im E-Com- merce

Online | 20.10.2025 – 04.02.2027

Referententeam 4.895,- €

Geprüfte/-r Fachwirt/-in im Gesund- heits- und Sozialwesen

Online | 02.12.2025 – 12.03.2027

Referententeam 4.290,- €

Geprüfte/-r Handelsfachwirt/-in

Online | 16.11.2025 – 27.08.2027

Referententeam 3.650,- €

Geprüfte/-r Technische/-r Betriebswirt/-in

Bielefeld | 12.11.2025 – 16.10.2027

Referententeam 4.190,- €

Seminare

Change-Management in der Produktion

Bielefeld | 08.10.2025

Miguel Piera 295,- €

Die rechtssichere Vertragsgestaltung von Pacht – und Nutzungsverträgen in der Praxis

Bielefeld | 06.10.2025

Bernd Lemke 295,- €

Digitaler Vorsprung: KI-Tools zur Optimierung von Standardaufgaben in Marketing und Kommunikation

Paderborn | 07.10.2025

Thorsten Ising 295,- €

Einstieg in die generative KI – Lernen Sie, wie Sie KI nutzen um Text, Bilder, Audio & Video zu erstellen

Minden | 01.10.2025

Thomas Hendele 295,- €

Employer Branding im Social Web: Die Arbeitgebermarke aufbauen und stärken

Paderborn | 08.10.2025

Thorsten Ising 295,- €

Exporttechnik 2: Abwicklung von Exportgeschäften – einschließlich Binnenmarkt (EU)

Bielefeld | 30.09.2025

Dr. Ralf Ruprecht 295,- €

Fuhrparkmanagement in der Praxis

Bielefeld | 09.10.2025

Andreas Nickel 295,- €

Generation Z verstehen und motivie- ren: Erfolgsstrategien für modernes Leadership

Minden | 06.10.2025

Carsten Möhrke 295,- €

HR als Change-Gestalter: Verände- rungsprozesse erfolgreich begleiten

Minden | 08.10.2025

Sven Hülsermann 295,- €

Internes Marketing – Motivation und Engagement durch klare Kommunika- tion

Bielefeld | 22.10.2025

Doris Stegemann 295,- €

Kompaktwissen Excel – Grundlagen- seminar

Bielefeld | 29.09.2025 – 30.09.2025

Marie-Luise Pietruska 590,- €

Lego ® SeriousPlay ® – Workshop

Paderborn | 09.10.2025

Carsten Möhrke 330,- €

Management und Führung: Führung und Motivation

Bielefeld | 29.09.2025 – 30.09.2025

Tillmann Gehlhoff 680,- €

**Motivierende Mitarbeitergespräche – Das A und O erfolgreicher Führung**

Paderborn | 08.10.2025 – 09.10.2025
Marion Recknagel 680,- €

Perfekte Chefentlastung – auch für zwei Vorgesetzte?

Bielefeld | 08.10.2025
Natascha Schwemmler 295,- €

Plötzlich Führungskraft? Führungs-Toolkit für Deinen Weg zur Führungspersönlichkeit

Bielefeld | 23.10.2025 – 31.10.2025
Carla von Herff 430,- €

Praxis-Workshop Vertrieb

Bielefeld | 16.10.2025
Herbert Abben 295,- €

Technik für Einsteiger

Bielefeld | 07.10.2025 – 08.10.2025
Reinhold Büchler 590,- €

Train-the-Trainer-Seminar: Trainingsplanung. Lebendige und passgenaue Trainingskonzepte entwickeln

Minden | 02.10.2025
Dörte Tykwer, Dr. Birthe Gärke 330,- €

Umsatzsteuer Kompakt

Bielefeld | 16.10.2025
Stefan Deppe 295,- €

Wie kann ich die Potentiale meiner Auszubildenden entdecken, nutzen und fördern?

Bielefeld | 08.10.2025
Dr. Birthe Gärke 295,- €

Webinare**Generationsübergreifendes Führen**

Online | 07.10.2025
Clara Crombach 340,- €

Green IT: Energieeinsparung und Kostenreduzierung in der IT

Online | 09.10.2025
Edwin Radtke 295,- €

Grundlagen der Immobilienbewertung

Online | 07.10.2025 – 09.10.2025
Tanja Nettekoven 295,- €

IHK Online Sprint „Nachhaltigkeitsberichtserstattung“

Online | 07.10.2025 – 21.10.2025
Referententeam 289,- €

IHK Online Sprint | „Deepfakes und KI-Manipulationen als Gefahr für Wirtschaft und Unternehmen“

Online | 30.09.2025 – 02.10.2025
Referententeam 420,- €

KI im Einkauf

Online | 09.10.2025
Florian Plag 295,- €

Lieferantenerklärungen – Warenursprung und Präferenzen

Online | 06.10.2025 – 07.10.2025
Volker Müller 295,- €

Mitarbeitermotivation & Change-Management im Umweltbereich

Online | 07.10.2025
Alina Klaas 180,- €

Update Arbeitsrecht – Aktuelle Fragen im Blickwinkel der neuesten Rechtsprechung

Online | 17.10.2025
Bettina von Buchholz 180,- €

Young Leadership

Online | 08.10.2025
Clara Crombach 340,- €

Zertifikatslehrgänge**Blended Learning Expert (IHK)**

Online | 10.11.2025 – 14.01.2026
Referententeam 1.890,- €

Data Analyst (IHK)

Online | 02.10.2025 – 16.01.2026
Referententeam 2.390,- €

Datenschutzbeauftragte/-r (IHK) – Modul 1: Gesetzliche Grundlagen und Vorschriften

Bielefeld | 07.10.2025 – 08.10.2025
Klaus Mönikes 590,- €

Digitale/-r Innovations- und Produktmanager/-in (IHK)

Online | 23.10.2025 – 17.12.2025
Referententeam 2.390,- €

E-Commerce-Manager/-in (IHK)

Online | 09.10.2025 – 13.12.2025
Referententeam 1.904,- €

Fachkraft für Industrie 4.0 (IHK) – Blended Learning

Bielefeld | 07.11.2025 – 12.12.2025
Referententeam 1.690,- €

Fachkraft für nachhaltiges Prozessmanagement (IHK)

Paderborn | 17.11.2025 – 21.11.2025
Andreas Bauschke 1.590,- €

Fachkraft Zoll (IHK) – Crashkurs: Verfahren des Ex – und Imports für Waren und Dienstleistungen

Bielefeld | 29.09.2025 – 11.10.2025
Referententeam 1.740,- €

Feelgood Manager/-in (IHK)

Bielefeld | 09.10.2025 – 12.12.2025
Jessica Schitteck 1.590,- €

Professionell arbeiten mit MS Office (IHK)

Online | 07.10.2025 – 15.01.2026
Referententeam 1.250,- €

**PLATZ
für Ihre
ANZEIGE!**

**ALLE
INFOS
UND
PREISE:**



PROFIS | Profile

amm GmbH & Co. KG | Lemgo

In einer digitalen Welt, in der Standardlösungen nicht immer zum Ziel führen, braucht es maßgeschneiderte Konzepte, die sich nahtlos in bestehende Prozesse integrieren – präzise, flexibel und zukunfts-sicher. Genau hier kommen wir ins Spiel: amm, Ihre Werbeagentur aus Lemgo, steht für kundenindividuelle Programmierung, die mehr kann als nur gut aussehen.

Mit einem interdisziplinären Team aus Entwicklern, Strategen und Kreativen entwickeln wir digitale Lösungen, die sich Ihren Anforderungen nicht nur anpassen, sondern sie antizipieren. Ob komplexe Web-Applikationen, individuell gestaltete Shopsysteme oder vollständig neue Plattformen – wir denken über die Grenzen klassischer Content-Management-Systeme hinaus und schaffen digitale Architektur, die exakt auf Ihre Ziele abgestimmt ist.

Programmieren ohne Kompromisse

Unsere Projekte entstehen dort, wo Templates aufhören. Wenn Ihre Anforderungen nicht in das Raster vorgefertigter Systeme passen, setzen wir auf kundenindividuelle Programmierung: ganz ohne CMS, dafür mit maximaler Gestaltungsfreiheit.

So entstehen Lösungen, die sowohl im Frontend als auch im Backend genau das bieten, was Sie wirklich brauchen – funktional, performant und skalierbar.

Das beginnt bei responsivem Design und reicht bis hin zu intelligenten Schnittstellen, daten-basierten Interaktionen und Nutzererlebnissen, die im Gedächtnis bleiben. Jedes Projekt wird in unserer Agentur mit höchster Sorgfalt konzipiert, entwickelt und getestet – für ein digitales Produkt, das technisch überzeugt und strategisch wirkt.

Maßarbeit, die bleibt

Wir glauben nicht an digitale Lösungen „von der Stange“. Unsere Arbeitsweise basiert auf echter Zusammenarbeit: Im kontinuierlichen Austausch mit unseren Kunden und internen Expertenteams entstehen dynamische Lösungen, die sich mit Ihrem Unternehmen weiterentwickeln. Dabei setzen wir auf modernste Technologien, agile Entwicklungsprozesse und tiefes Verständnis für Ihre Geschäftsmodelle.

Denn kundenindividuelle Programmierung ist für uns kein Sonderfall – sondern Standard.



Grafik:Freepik



Die Werbeagentur in Lemgo.

Jetzt zukunftssicher programmieren

Mit amm setzen Sie auf einen Partner, der nicht nur Code versteht, sondern auch die Geschichte, die Sie erzählen wollen. Wir begleiten Sie vom ersten Konzept über die technische Umsetzung bis zur langfristigen Weiterentwicklung – persönlich, transparent und auf Augenhöhe.

Lassen Sie uns gemeinsam digitale Lösungen schaffen, die nicht nur funktionieren, sondern wirken – für heute, morgen und übermorgen.

Wartung, Sicherheit und Weiterentwicklung im Fokus

Kundenindividuelle Programmierung endet nicht mit dem Go-live. Gerade im laufenden Betrieb zeigen sich neue Anforderungen, technische Veränderungen und sicherheitsrelevante Entwicklungen. Deshalb verstehen wir digitale Lösungen als dynamische Systeme – und nicht als abgeschlossene Projekte.

Ein Teil unserer weiterführenden Arbeit liegt in der regelmäßigen Wartung, Fehlerprävention und Weiterentwicklung. Wir setzen auf modulare Architektur, dokumentierte Schnittstellen und klare Prozesse, um Änderungen nachvollziehbar und effizient umzusetzen. Dabei behalten wir sowohl die Performance als auch die Sicherheit des Systems kontinuierlich im Blick.

Neben technischen Updates berücksichtigen wir auch strukturelle Veränderungen – etwa neue Inhalte, Benutzergruppen oder Integrationen in bestehende Unternehmenssysteme. Unser Ziel: Lösungen, die nicht nur heute passen, sondern mit den Anforderungen wachsen können.



Kontakt

Tel. 0 52 61-66 90 20
www.amm-lemgo.de

Weitere Schwerpunkte:

- **Datenschutz & DSGVO-konforme Entwicklung**

Wir beraten hinsichtlich datenschutzrechtlicher Anforderungen und setzen diese technisch konsequent um – inklusive Cookie-Management, Tracking-Logik und Datenminimierung.

- **Schnittstellen & Systemintegration**

Ob ERP, CRM, Zahlungsanbieter oder eigene Datenbanken – wir entwickeln individuelle Schnittstellenlösungen, die Prozesse verbinden statt trennen.

- **Barrierefreiheit**

Digitale Zugänglichkeit ist kein Add-on. Schon bei der Konzeption achten wir auf Kontraste, semantische Struktur, Tastaturbedienbarkeit und screenreader-kompatible Umsetzungen – vorbereitet auf geltende Anforderungen wie das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz 2025.

- **Schulungen & Übergabe**

Damit Sie selbstständig mit Ihrer Lösung arbeiten können, bieten wir begleitende Schulungen und umfassende Dokumentation – verständlich, praxisnah und auf Ihre internen Rollen zugeschnitten.

Digitale Lösungen sind kein Produkt von heute – sondern ein Werkzeug für morgen. Damit es nicht irgendwann neu gedacht werden muss, denken wir es von Anfang an richtig.

Werbung Medien Digitalisierung eCommerce

E-Commerce kehrt zurück auf den Wachstumspfad

Der deutsche Onlinehandel hat in der ersten Jahreshälfte 2025 wieder Fahrt aufgenommen. Die Umsätze mit Waren stiegen um 3,5 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf 39,8 Milliarden Euro, wie aktuelle Zahlen des Bundesverbands E-Commerce und Versandhandel Deutschland (bevh) zeigen. Besonders dynamisch entwickelte sich das zweite Quartal mit einem Plus von 3,8 Prozent. Digitale Dienstleistungen wie Reisebuchungen und Ticketkäufe legten mit 4,4 Prozent sogar etwas stärker zu.

„Die Shoppinglaune der Deutschen kommt langsam, aber stetig zurück. Davon profitiert vor allem der Onlinehandel, der die Menschen über soziale Medien, Apps und KI im digitalen Alltag erreicht“, erklärt Martin Groß-Albenhausen, stellvertretender Hauptgeschäftsführer des bevh. Eine wachsende Rolle spielen Künstliche-Intelligenz-Anwendungen: Rund jeder Fünfte (19,3 Prozent) hat bereits gezielt Produktempfehlungen über KI-Tools wie

ChatGPT abgefragt. Doch bleibt die Technik vorerst Ergänzung – sechs von zehn Befragten gaben an, einer KI-Empfehlung nicht ohne eigene Recherche zu folgen. Deutlich zulegen konnte im zweiten Quartal die Bekleidungssparte (+5,2 Prozent), insbesondere Schuhe (+7,6 Prozent). Haus- und Heimtextilien erzielten mit +10,5 Prozent den höchsten Anstieg, Online-Apotheken steigerten dank E-Rezept ihre Umsätze um 7,2 Prozent. Rückgänge gab es dagegen bei Auto- und Motorradzubehör (-6,0 Prozent), Elektronik und Telekommunikation (-3,7 Prozent) sowie Büchern, E-Books und Hörbüchern (-2,2 Prozent).

Auch die Vertriebswege entwickelten sich unterschiedlich: Online-Marktplätze wuchsen um 5,9 Prozent, Hersteller mit Direktvertrieb (D2C) um 5,6 Prozent. Reine Online-Shops steigerten ihre Umsätze um 2,7 Prozent. Multichannel-Händler verzeichneten hingegen erneut Verluste (-2,8 Prozent). „Nach inzwischen

fünf Wachstumsquartalen in Folge ist E-Commerce zum Wachstum zurückgekehrt. Allerdings profitieren nicht alle Händler, der Wettbewerb ist härter geworden“, so Groß-Albenhausen.

Besonders spürbar zeigt sich die Konkurrenz aus Asien. Plattformen wie Temu, Shein und AliExpress steigerten ihren Anteil an allen Bestellungen von 5,5 auf 6,4 Prozent. In Mode entfiel bereits jede siebte Bestellung auf diese Anbieter, im Modeschmuck sogar fast jede dritte. Im zweiten Quartal 2025 summierte sich ihr Umsatz auf fast eine Milliarde Euro – mehr als ein Drittel des gesamten Marktwachstums.

Weitere Informationen ▶



Quelle: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)

Bei Marschall – Etiketten aus nachhaltigen Materialien

Marschall präsentiert aktuelle Etikettenmaterialien mit Fokus auf Nachhaltigkeit. Die Materialien stammen teils aus nachwachsenden oder recycelten Rohstoffen und sind größtenteils nach Gebrauch recyclebar oder sogar kompostierbar.

Beispiele unserer Materialien: Grasfasern, Hanf, Silphie, sowie recycelte Kaffeebecher. Die Auswahl wächst rasant.

Mit nachhaltigen Materialien erzielen Sie einzigartige Label-Looks, schonen Ressourcen und leisten echte Umweltschutz-Beiträge.

Unsere Infobroschüre gibt Ihnen einen Überblick über die derzeit verfügbaren Materialien. Die Broschüre finden Sie auf der Marschall-Homepage unter Aktuelles. Zusätzlich beraten Sie unsere kompetenten Vertriebsmitarbeiter gern – sprechen Sie uns einfach an.

Weitere Informationen unter:

www.marschall-pw.de



Etiketten auf Graspapier und Silphiepapier

Foto: Marschall




MARSCHALL + EPSON

GEMEINSAM AUF DER FACHPACK 2025

Nürnberg

23. - 25. September 2025

Halle 7 / Stand 7-663

FACHPACK

DIREKT EINPLANEN!



ETIKETTEN. DRUCKER. SERVICE.

www.owi-magazin.de

ONLINE LESEN, INFOS
UND ANZEIGENPREISE:



Mit Ihrer Werbung zum Ziel!

Bielefelder Busse, Bahnen und Haltestellen als Werbeträger

Von Plakaten, Flyern, SwingCards und Monitor-Werbung in Bussen und Bahnen über Werbeflächen in Haltestellen bis hin zur Außenbeklebung von Fahrzeugen – eines haben die vielfältigen Werbemöglichkeiten der Bielefelder Verkehrsbetriebe moBiel gemeinsam: Ihre Werbung ist genau dort zu sehen, wo die Menschen sind.

Hohe Reichweite und Wiedererkennung

Verkehrsmittelwerbung bietet mehr als nur einen kurzen Blickfang: Sie ist von früh morgens bis spät in die Nacht präsent und Jung wie Alt begegnen ihr in der Freizeit, beim Einkaufen und auf dem Weg zur Schule, Uni oder Arbeit. Dabei ist die Fahrzeugwerbung ständig in Bewegung – und erreicht nicht nur täglich über 200.000 Fahrgäste, sondern auch Passanten, Autofahrer und Anwohner. So wird Ihre Werbebotschaft nicht nur gesehen, sondern wird Teil des Lebens und der Stadtkultur. Die hohe Reichweite und wiederholte Wahrnehmung sorgt für nachhaltige Wiedererkennung – Ihre Motive und Werbeausagen bleiben im Gedächtnis.

Regionale Verankerung und Imagepflege

Gerade auch als mittelständisches Unternehmen profitieren Sie davon, Ihre Marke



Foto: Stadtwerke Bielefeld

Das Ev. Johanneswerk Bielefeld setzte mit ihrer „Mach dich wichtig“-Kampagne bewusst auch auf Fahrzeugwerbung und wurde doppelt belohnt: Die Individualität und Wertschätzung betonende Kampagne erhielt den German Brand Award 2025. Und noch wichtiger: Das Kampagnenziel, neue Fachkräfte im Sozial- und Pflegebereich zu erreichen, war auf ganzer Linie ein Erfolg: über 70 Stellen konnte das Ev. Johanneswerk im Zuge der Kampagne neu besetzen!

mitte im Lebensalltag Ihrer Kundinnen und Kunden zu präsentieren: Verkehrsmittelwerbung in Bielefeld unterstreicht auch Ihre Verbundenheit mit der Stadt und signalisiert Präsenz und Engagement für die Region. Das stärkt nicht nur das Image Ihres Unternehmens, sondern erhöht auch das Vertrauen von Kunden und Geschäftspartnern.

Werbung schalten

Informieren Sie sich auf der moBiel-Website unter www.moBiel.de/werbung, rufen Sie direkt an unter (0521) 51-76 99 oder schreiben Sie an werbung@mobiel.de.

Weitere Informationen unter:

www.moBiel.de/werbung

Erreichen Sie mit Verkehrsmittelwerbung ganz Bielefeld.

moBiel



www.moBiel.de/werbung

Schnelle Glasfaser – da steh ich drauf

Unter unseren Füßen liegt ein digitaler Schatz: Westfalen Weser verfügt über ein rund 4.000 km langes Glasfasernetz – auch im ländlichen Raum. Ein großer Teil davon ist als „Dark Fiber“ noch ungenutzt und bietet enormes Potenzial für ultraschnelle und sichere Datenübertragung. Für IT- und Telekommunikationsunternehmen ist das eine wertvolle Ressource zur Stärkung der digitalen Infrastruktur.

Ursprünglich zur Steuerung von Energieanlagen aufgebaut, eignet sich das Netz heute ideal für datenintensive Branchen wie Industrie, Rechenzentren und Handwerk. Lichtwellenleiter ermöglichen hohe Bandbreiten und maximale Ausfallsicherheit. Mit einer eigenen Dark-Fiber-Anbindung behalten Unternehmen volle Kontrolle



Digitale Power für ländliche Regionen: Dark Fiber beschleunigen die digitale Zukunft.

über Bandbreite, Sicherheit und Technik – unabhängig von externen Providern. Die dedizierte Leitung sorgt für höhere Geschwindigkeit, geringere Latenzen und stabile Verbindungen – essenziell für digitale Prozesse, Cloud-Anwendungen und standortübergreifende IT.

Westfalen Weser nutzt bestehende Trassen, wodurch Tiefbau entfällt. So lassen sich neue Gebiete schnell und kosteneffizient erschließen – ohne Baustellen oder lange Genehmigungsverfahren.

Besonders in ländlichen Regionen schließt die Infrastruktur gezielt Versorgungslücken. So wird Highspeed-Internet auch dort zur Realität – mit maßgeschneiderten Lösungen für moderne Anforderungen.



Weitere Informationen unter:
www.energieservice-ww.com

Zusammenspiel von Strategie, Inhalt und Technik

Werbung, Medien, Digitalisierung und eCommerce gehören für uns bei amm zusammen – nicht als Schlagworte, sondern als ineinandergreifende Wertschöpfungskette. Sichtbarkeit entsteht dort, wo Strategie, Inhalt und Technik zusammenspielen: aufmerksamkeitsstarke Inhalte, die zielgruppengerecht gedacht, geplant und gemessen werden, bilden das Fundament. So wird Markenkommunikation erlebbar und langfristig wirksam – von Social Media bis Performance-Kampagne.

Auf der technischen Seite gilt: Funktion vor Fassade. Standardlösungen reichen oft nur bis zur Tischkante. Entscheidend sind Systeme, die Prozesse vereinfachen, Daten sinnvoll verknüpfen und Aufgaben automatisieren – etwa Buchungs- oder



Lernplattformen, digitale Kataloge oder prüfsichere Workflows. Wenn Templates enden, beginnt Maßarbeit: Architekturen, die auf Ziele, Nutzerführungen und Schnittstellen zugeschnitten sind – skalierbar im Backend, präzise im Frontend.

Im eCommerce heißt das: Shops, die nicht nur hübsch verkaufen, sondern Abläufe integrieren – Zahlungsmodule, Waren-

wirtschaft, individuelle Produktlogik. Dort, wo CMS an Grenzen stoßen, schafft individuelle Programmierung Freiraum und Performance. So wird aus einem Online-Auftritt ein belastbares System, das heute trägt und morgen wächst.

Unser Verständnis: Kreativer Content trifft konsequente Umsetzung. Datenbasierte Optimierung ist kein Add-on, sondern Routine. Ziel ist eine digitale Infrastruktur, die Marken klar positioniert und Ressourcen schont – mit kurzen Wegen, klaren Entscheidungen und Ergebnissen, die zählen.

Weitere Informationen unter:
www.amm-lemgo.de

Markenpräsenz, die man schmeckt – und nicht vergisst



Foto: alova sales

Clever wie der Fuchs, stark wie der Löwe, weitsichtig wie der Adler – Ihre Botschaft direkt auf feinste Schokolade gedruckt.

In Zeiten von Informationsflut und digitaler Werbung suchen Unternehmen nach Wegen, ihre Botschaften nachhaltig zu verankern. Haptische Werbemittel gewinnen dabei wieder an Bedeutung – besonders, wenn sie Emotionen wecken und mehrere Sinne ansprechen.

CandyCard vereint den Genuss hochwertiger belgischer Schokolade mit der

Wirkung einer starken Werbebotschaft: Logo, Slogan oder Motiv erscheinen gestochen scharf und farbbrillant direkt auf der Schokolade. Das Ergebnis ist ein individuelles Präsent, das überrascht, begeistert und im Gedächtnis bleibt – egal ob als exklusives Kunden-geschenk zur Weihnachtszeit, aufmerksamkeitsstarkes Messe-Give-away

oder motivierende Wertschätzung für Mitarbeitende.

Die hohe Druckqualität sorgt dafür, dass auch feine Linien, Farbverläufe und komplexe Designs gestochen scharf zur Geltung kommen. Die verwendete Druckfarbe ist lebensmittelecht, geschmacksneutral, auf Kakaobasis entwickelt und bleibt bis zum Genuss farbintensiv und optisch geschmackvoll – die Schokolade behält stets ihre hochwertige, appetitliche Anmutung. So wird jede CandyCard zu einem kleinen Markenbotschafter, der Ihre Unternehmenswerte auf genussvolle Weise transportiert.

Durch die Verbindung von Genuss und Markenbotschaft entsteht ein einzigartiger Wiedererkennungseffekt: Der erste Biss in die zarte Schokolade spricht die Sinne an und verknüpft diesen Moment unmittelbar mit Ihrer Marke – eine Verbindung, die positiv nachhallt und Gespräche anstößt. Entdecken Sie die süße Verbindung von Genuss und Markenbotschaft. Fordern Sie jetzt Ihr kostenfreies Probierpaket an unter:

www.candycard.eu/probierpaket

Ihre Botschaft – auf Schokolade gedruckt.

Überraschen Sie Kunden, Geschäftspartner oder Mitarbeitende mit einer süßen Aufmerksamkeit, die im Gedächtnis bleibt.

CandyCard verbindet hochwertige belgische Schokolade mit modernem Direktdruck: Logo, Slogan oder Motiv – nicht auf der Verpackung, sondern direkt auf der Schokolade. So wird aus Genuss ein wirkungsvolles Kommunikationstool.

Jetzt kostenloses Probierpaket anfordern!

candycard.eu/probierpaket



CANDYCARD
SINCE 1988

Tel.: 05251 - 786 7910
Mail: kontakt@candycard.eu



Raumausstattung EWERT: Ihre Raumausstatter seit mehr als 90 Jahren

In Zeiten, in denen der Klimawandel Sommerhitze und tropische Nächte verursacht, kann auch die Raumausstattung mithelfen, die Auswirkungen abzumildern. So gibt es sogenannte Thermostoffe, die eine Barriere zu ungewünschten Temperaturen bilden. Neben den bekannten Varianten wie Chenille und Wollfries, die es bereits früher gegen Kälte gab, gibt es neue Stoffarten, die den Vergleich zu „normalen Stoffen“ nicht scheuen müssen. Diese Dimouts sind aufgrund ihres Herstellungsverfahrens bestens geeignet Temperaturen abzupuffern – außerdem dienen sie zusätzlich der Verdunkelung. Neben diesen „dicken“ Varianten gibt es auch leichtere, fast transparente Stoffe, die aufgrund ihrer Herstellungstechnik reflektierend wirken – ähnlich wie es bereits von Sonnenschutzprodukten bekannt ist. Mithilfe dieser Stoffe lassen sich Räume sowohl optisch ansprechend als auch funktional gestalten. Rufen Sie an und machen einen Beratungstermin mit uns aus – wir freuen uns auf Sie.

Weitere Informationen unter:

www.raumausstattung-ewert.de



Foto: Ewert

Aufpolsterungen, Teppiche, Dekorationen... erhältlich bei Ihrem Raumausstatter!

**RAUMAUSSTATTUNG
EWERT**
INHABERIN S. ERNST

Gardinen // Aufpolsterungen // Teppiche //
Sonnenschutz // Reinigungsservice

Telefon: 0521 - 89 000 3
Am Brodhagen 119
33613 Bielefeld

www.Raumausstattung-EWERT.de

Apache OFBiz – das moderne Open Source Web-Development-Framework für individuelle Geschäftsanwendungen

Die Digitalisierung von Geschäftsprozessen ist heute unerlässlich, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Open-Source-Software bietet dabei gegenüber proprietären Lösungen klare Vorteile: Sie ist herstellerunabhängig, kosteneffizient, flexibel und sicher – dank offenem Quellcode.

Zusätzlich profitieren Unternehmen von einer aktiven Community, kontinuierlicher Weiterentwicklung, Skalierbarkeit und Interoperabilität. So lassen sich IT-Landschaften effizient vernetzen und flexibel anpassen.

Apache OFBiz ist als echtes Open Source Projekt weit mehr als ein klassisches ERP-System:

Es ist ein leistungsstarkes Web-Development-Framework, das eine modulare Architektur mit umfassender technischer Infrastruktur vereint. Es eignet sich ideal für maßgeschneiderte, webbasierte Geschäftsanwendungen, die über klassische ERP-Funktionen hinausgehen.

Das Framework basiert auf bewährten Standardtechnologien, wodurch es besonders stabil und erweiterbar ist. Entwickler können auf ein durchdachtes Datenmodell sowie eine Vielzahl vorgefertigter Komponenten zurückgreifen – von Benutzerauthentifizierung über Workflows bis hin zu Reporting-Funktionen.

In der Praxis eignet sich Apache OFBiz hervorragend zur Umsetzung individueller Anwendungen, u.a.:

- Ersatzteilkataloge mit intelligenter Produktsuche, komplexen Stücklisten, Verfügbarkeitsprüfung und Bestellfunktionen
- E-Commerce-Systeme, die vollständig anpassbar sind und sich nahtlos mit bestehenden ERP- und Paymentlösungen integrieren
- Portalsysteme für Geschäftspartner und interne Nutzer, die eine zentrale Plattform für digitale Services darstellen



Dank des Open Source Modells ist Apache OFBiz besonders attraktiv für Unternehmen mit komplexen oder dynamischen Anforderungen. Als Web-Development-Framework bietet es nicht nur technologische Flexibilität, sondern auch strategische Zukunftssicherheit.

Weitere Informationen unter:

link.ecomify.de/owi0925



Unsere Mission - Digitalisierung entscheidend voranbringen

Digitalisierungslösungen

- Shopsysteme
- Portale
- Online-Kataloge
- Beschaffungsplattformen
- Web Applikationen
- Mobile Lösungen

Dienstleistungen

- Enterprise Software Development
- Anforderungsanalyse & Konzeption
- Projektmanagement
- Systemintegration
- Application Support
- Betrieb & Hosting



JIMDOConnect: Mitmachen. Vernetzen. Wachsen.

Unter dem Motto „Selbstständig, aber nicht allein“ lädt JIMDOConnect Solo-Selbstständige und kleine Unternehmen in Ostwestfalen-Lippe ein, Teil einer unterstützenden Community zu werden. Die Events geben Inspiration und praxisnahe Unterstützung für das eigene Business.

In OWL stehen verschiedene Formate zur Auswahl: After-Work Meetups laden in entspannter Atmosphäre zum Networking ein. Wer den Tag lieber mit neuen Impulsen starten möchte, findet beim Morning Meetup den idealen Rahmen für gemeinsames Lernen und Austausch. Ergänzend gibt es Online-Formate, die flexibles Lernen und Vernetzen vom Schreibtisch aus ermöglichen.

Die Themen sind so vielfältig wie die Community: Von Künstlicher Intelligenz und Marketing über Gesundheit bis zu allem, was Selbstständige bewegt.

Aktuelle Themen sind zum Beispiel:

- Selfmade-Marketing: Wie KI dein Marketing transformieren kann
- Aus SEO wird GEO: Wie KI die Online-Suche verändert
- Wer bist du? Persönlichkeit als USP im KI-Zeitalter
- Gesund erfolgreich: Leben und arbeiten im eigenen Rhythmus

JIMDOConnect schafft einen Raum für ehrlichen Austausch, neue Perspektiven und gemeinsames Wachstum. Wer möchte, kann die Community über die reine Teilnahme hinaus mitgestalten und eigene Impulse setzen.

Alle Infos, Termine und Orte sind auf der Website zu finden.

Ansprechpartnerin für OWL ist Ambassadorin Regina Höflich.



Foto: adeve

Regina Höflich

Weitere Informationen unter:
community.jimdo.com



Das Netzwerk, das dich weiterbringt.

JIMDOConnect:
Deine Community für
Selbstständigkeit.

Jetzt anmelden für
Veranstaltungen in OWL
mit deiner Ambassadorin
Regina Höflich





community.jimdo.com

JETZT
mit Ihrer ANZEIGE dabei sein!

ALLE INFOS
UND PREISE:



Künstliche Intelligenz im Marketing – Werkzeug, Hype oder Revolution?

Marketingmaßnahmen müssen heute schneller, gezielter und kosteneffizienter umgesetzt werden als je zuvor. KI ist dabei längst kein Zukunftsthema mehr, sondern – richtig eingesetzt – ein mächtiges Werkzeug für Unternehmen jeder Größe.

KI ist heute allgegenwärtig. Im Grunde kann jeder mit wenigen Klicks Texte, Grafiken, Bilder und sogar Videos erstellen. Vieles von dem, was uns davon im Alltag begegnet, ist allerdings reiner Trend: kurzlebig, unterhaltsam, aber ohne nachhaltigen Nutzen und oft von nur geringer Qualität.

Der Unterschied zwischen bloßer Spielerei und professionellem Einsatz liegt in der gezielten und strategischen Nutzung der KI. Wer die richtigen Tools wählt und diese durchdacht einsetzt, entdeckt ihr tatsächliches Potenzial. So lassen wir KI zu einem mächtigen Werkzeug unseres Agentur-Alltags werden, um Prozesse bei der Erstellung und Bearbeitung von Inhalten massiv zu beschleunigen. Vor allem aber werden durch KI auch völlig neue Möglichkeiten geschaffen.

Ein Beispiel: Ein Unternehmen möchte sich mit einer Videobotschaft weltweit an seine Kunden wenden. Statt die Botschaft mehrfach aufzuzeichnen oder Untertitel zu verwenden, können wir die zu sehende Person mit Hilfe von KI jede Sprache sprechen lassen – mit der eigenen Stimme und lippensynchron.



Foto: unikat media (mit Hilfe von KI erstellt)

KI ist also Hype, Werkzeug und Revolution zugleich. Entscheidend ist, wie man sie einsetzt. Denn wie bei jedem Werkzeug gilt: Die Qualität des Ergebnisses hängt vor allem auch von den Fähigkeiten desjenigen ab, der es verwendet. KI ersetzt weder Menschen mit echten kreativen

Ideen noch die strategische Denkarbeit und nimmt einem auch nicht die gesamte Arbeit ab. Sie macht aber die Umsetzung schneller, flexibler und messbarer.

Weitere Informationen unter:
www.unikat.media

unikat.

Video & Foto | Grafik | Web & Social Media

**Sichtbarkeit,
die in Erinnerung bleibt.**

www.unikat.media



„Wissen2Wirtschaft ...und zurück“ – Podcast zeigt, wie Transfer in Paderborn gelingt

Wie gelingt es, wissenschaftliche Ideen in greifbare Innovationen zu übersetzen? Der Podcast „Wissen2Wirtschaft ...und zurück“, ein gemeinsames Projekt der Universität und der Wirtschaftsförderung Paderborn, zeigt anhand konkreter Beispiele, wie Wissen in Paderborn Wirkung entfaltet.

Die erste Staffel umfasst sechs Folgen und widmet sich Themen, die – nicht nur – in Paderborn eine bedeutende Rolle spielen: Vom Stadtentwicklungsprojekt „Zukunftsquartier“ über eine lebendige Kultur- und Kreativwirtschaft bis hin zum öffentlichen Nahverkehr von morgen. Auch Gründungsgeschichten, die zeigen, wie Innovationen aus Paderborn internationale Märkte erreichen,

stehen im Fokus. Dabei wird deutlich, wie der Austausch zwischen Theorie und Praxis funktioniert und warum ausgerechnet Paderborn, abseits der großen Metropolen, der perfekte Nährboden für nachhaltigen Transfer ist.

Moderatorin Jenny Heimann und Reporterin Selina Hare begleiten Menschen und Orte, an denen aus Wissen Fortschritt wird. Im Fokus stehen regionale Akteure, die den Transfer mitgestalten – praxisnah, kooperativ und zukunftsorientiert.

Jetzt Reinhören – auf der Website oder auf allen gängigen Plattformen.

Weitere Informationen unter:
www.wissen2wirtschaft.de



Foto: Universität Paderborn, Besim Mazhij

Moderatorin Jenny Heimann (l.) spricht für „Wissen2Wirtschaft“ mit unterschiedlichen Wissenschaftlern und Unternehmerinnen im Podcast-Studio. Selina Hare ist als Reporterin im Einsatz und nimmt das Geschehen direkt vor Ort in Paderborn unter die Lupe.



Jetzt abonnieren!

Der Podcast der Universität und der Wirtschaftsförderung Paderborn

wissen2wirtschaft.de



Zusammen

Print & Digital
Foto & Video
Magazine

amm-lemgo.de

Ihre Geschäftspartner

Administration/ Kommunikation

all my media

Maßgeschneiderte
Kommunikationsplattform

www.allmymedia.de

Film | Foto

Foto & Video

Zusammen
amm-lemgo.de

IT-Systemhaus

INC-MediaLine GmbH
Internet • Network • Consulting

Zertifizierte IT-Sicherheitsexperten seit 20 Jahren.

- IT-Security / IT-Notfallplanung
- Dokumenten-Management
- IP-Telefonanlagen
- Cloud Hosting / Microsoft 365

0 52 41 601 22 22

www.inc-medialine.de

Jochen Ehrhardt
Beratung für Kommunikation & Kultur



www.joehrhardtberatung.de

Gebäudereinigung



volk&volk

info@volk-volk.de
T 05225.87198-0

GEBÄUDEREINIGUNG
MIT SYSTEM.

JobTicket | ÖPNV

Ihr Benefit für
(potentielle)
Mitarbeitende!

fahr mit
Mobil im Hochstift



***schon ab 1 Person**

fahr-mit.de/JobTicket

Beleuchtung

LEUCHTEN-OUTLET



Samstags: 9 - 16 Uhr!

☎ 05225.86312-46 (-66) • www.top-light.de
Neuenkirchener Str. 195 • 32139 Spenge

Internet | Werbung

Print & Digital

Zusammen
amm-lemgo.de

Konzeption/Text

www.makote.de



Bürobedarf

KORF
DAS BÜROZENTRUM

- Bürobedarf
- Schulbedarf
- Bürotechnik
- Büromöbel

Lemgo, Liemer Weg 49



Lackieranlagen

heimer

Lackieranlagen + Lufttechnik

Bielefeld • www.heimer.de

JETZT mit Ihrer GESCHÄFTSPARTNER-ANZEIGE dabei sein!

Unsere Anzeigenformate
in Originalgröße:

55 x 15 mm für 60 €

ODER

55 x 30 mm für 100 €

Metallbau

Lacktrockenwagen
Transportwagen
Hubtische
Palettenstapel-
Richtgestelle
www.luebbers-metall.de

Photovoltaik



Sicherheitstechnische Betreuung

Ausbildung | Lehrgänge | Arbeitssicherheit
Prüfungsvorbereitung IHK



Aus der Praxis, für die Praxis!

info@staplerschein-lippe.de | 0162 - 41 08 683
www.instagram.com/cleverlift_19

Nachrichtenportal

mein-lemgo.news
Nachrichten für Lemgo



Sicherheitsdienstleistungen



- Pforten- und Empfangsdienste
- Bestreifungen
- Bewachungen

www.iks-sicherheitsdienst.de

Regalsysteme

Brück
Lagertechnik
Palettenregale ab Lager
Kragarmregale • Fachbodenregale
u.v.m. für Ihr Lager
www.brueck-lagertechnik.de
Harsewinkel 05247-7098890

ALLE INFOS,
FORMATE UND
PREISE:



Ostwestfälische
Wirtschaft

Mitgliedsmagazin der Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen zu Bielefeld

IHK-Kommunikation
Dienstreisekosten
der Vorstandsmitglieder

**IHK-Wirtschafts-
entwicklung**
und -förderung

**Fachkenn-
zeichnung**
(Merkmal)
Dienstreisekosten

September 2015



OWI ONLINE

Die OWi finden Sie auch immer auf ihrer
eigenständigen Webseite. Dort finden
Sie eine „Online-Printausgabe“ zum
komfortablen Blättern und Suchen.

www.owimagazin.de

SCAN MICH





Mit dem IHK ecoFinder bieten die Industrie- und Handelskammern (IHKs) für Unternehmen der Umwelt- und Energiebranche eine Internetplattform zur Darstellung ihres Leistungsprofils an. Präsentieren können sich Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen beispielsweise in den Bereichen Abfallverwertung und -entsorgung, Energie- und Ressourceneffizienz beziehungsweise erneuerbare Energien, Umwelt- und Energiemanagement, Umwelt- und Energietechnik anbieten. Das Leistungsprofil kann kostenlos in der bundesweiten Onlinedatenbank dargestellt werden. Der IHK ecoFinder dient der direkten Kontaktabahnung mit potenziellen Kunden und Partnern im In- und Ausland.

Manuela Hütker | Tel.: 0521 554-102
E-Mail: m.huetker@ostwestfalen.ihk.de



Weitere Infos ▶

Unternehmensbörse

Sie suchen einen Nachfolger für Ihr Unternehmen oder möchten ein Unternehmen übernehmen bzw. als tätiger Teilhaber in ein Unternehmen einsteigen? Hier kann Ihnen die Unternehmensbörse bei der Suche nach einem geeigneten Kandidaten behilflich sein. Die Unternehmensbörse (www.nexxt-change.org) ist eine Internetplattform, über die Kontakte zwischen Unternehmern, die einen Nachfolger suchen, und übernahmeinteressierten Existenzgründern vermittelt werden. Als Regionalpartner unterstützen wir Sie bei der Nutzung von nexxt-change und leiten Kontaktgesuche vertraulich an die Inserenten weiter.

Julia Homburg | Tel.: 0521 554-226
E-Mail: j.homburg@ostwestfalen.ihk.de



Weitere Infos ▶

Online-Plattform „DIGI[X]“

Die IHK Ostwestfalen hat gemeinsam mit der IHK Nordwestfalen, der IHK Lippe und weiteren Unterstützern die Online-Plattform „Digi[X]“ aufgebaut. Interessenten finden auf Digi[X] ITDienstleister,

Berater für die Digitalisierung und weitere Dienstleister aus der Region, die digitale Services bieten oder bei der Digitalisierung unterstützen. Neben einer Datenbank für digitale Dienstleistungsunternehmen enthält die Plattform auch eine Übersicht digitaler Angebote und Projekte aus der Region. Ergänzend kommt noch eine Rubrik mit Service- und Hilfsangeboten sowie Veranstaltungen hinzu.

Benjamin Schattenberg | Tel.: 0521 554-223
E-Mail: b.schattenberg@ostwestfalen.ihk.de



Weitere Infos ▶

Verbraucherpreisindex

	2024	2024	2024	2025	2025	2025	2025	2025	2025	2025
Basisjahr	Oktober	November	Dezember	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli
2020 = 100	120,2	119,9	120,5	120,3	120,8	121,2	121,7	121,8	121,8	122,2

Inflationsrate / Jahresdurchschnitt	2021	2022	2023	2024
2020 = 100	103,1	110,2	116,7	119,3

Weitere statistische Daten zum Verbraucherpreisindex: www.ostwestfalen.ihk.de
Der Verbraucherpreisindex für Deutschland wurde laut Statistischem Bundesamt zum Berichtsmonat Januar 2023 auf das neue Basisjahr 2020 umgestellt.

Impressum

Die „Ostwestfälische Wirtschaft“ ist das offizielle Organ der Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen zu Bielefeld. Der Bezug der IHK-Zeitschrift erfolgt im Rahmen der grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied der IHK.

Herausgeberin:

IHK Ostwestfalen zu Bielefeld
Elsa-Brändström-Straße 1–3
33602 Bielefeld
Postfach 10 03 63 | 33503 Bielefeld
Tel.: 0521 554-0 | Fax: 0521 554-444

Zweigstellen:

Stedener Feld 14 | 33104 Paderborn
Tel.: 05251 1559-0 | Fax: 05251 1559-31
Simeonsplatz 2 | 32423 Minden
Tel.: 0571 38538-0 | Fax: 0571 38538-15

Für den Inhalt verantwortlich:

IHK-Hauptgeschäftsführerin Petra Pigerl-Radtke

Redaktion:

Oliver Horst (Ltg.), Heiko Stoll, Silke Goller
Der Inhalt des Heftes wurde sorgfältig erarbeitet, dennoch können Herausgeber, Redaktion und Verlag keine Haftung für die Richtigkeit übernehmen. Beiträge, die mit dem Namen oder Initialen des Verfassers gekennzeichnet sind, geben nicht immer die Meinung des Herausgebers wieder. Der Inhalt der Online-Ausgabe kann aufgrund von Artikel-Aktualisierungen von der Print-Version abweichen.

redaktion@ostwestfalen.ihk.de

Titelbild: Dr. Wolff Group/PHOTONEWS BE

Erscheinungsweise: 10 x im Jahr

In der Regel jeden 1. Donnerstag im Monat. Abweichungen bei den beiden Doppelausgaben Januar/Februar sowie Juli/August.

Erscheinungstermin: 04.09.2025

Abonnement: Bezugspreis jährlich 26,90 Euro einschließlich Porto und 7 % MwSt.

Anzeigenvermarktung, Layout,

Verlag und Abo:

amm GmbH & Co. KG | Leopoldstraße 50
32657 Lemgo | Tel. 05261 669020
owi@amm-lemgo.de | www.amm-lemgo.de

Anzeigenberatung:

Lars Brockmann | Tel. 05261 6690215



Druckprodukt mit finanziellem
Klimabeitrag
ClimatePartner.com/53323-2503-1001

Druck: Bonifatius GmbH

Karl-Schurz-Str. 26 | 33100 Paderborn

Änderung von Zustellungsdaten für

IHK-Mitgliedsunternehmen:

Ulrike Stransky | Tel. 0521 554-278
u.stransky@ostwestfalen.ihk.de



Zwei Geschichten. Eine Zukunft.

BPP und HRP schließen sich zusammen.

Zwei renommierte Kanzleien. Eine starke Vision. Mit der Fusion von BPP und HRP entstehen neue strategische Stärken in der Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung und Rechtsberatung.

Wir werden mehr ...
möglich machen.



BPP – Die mit dem Kaktus
www.b-p-p.de



VOLL AUTONOM: KIRA B 50.

Böden perfekt reinigen. Wirtschaftlich. Einfach. Sicher.

**JETZT
ANMELDEN:
KIRA LIVE
ERLEBEN**

Store Bielefeld

Gütersloher Str. 328
Tel: 0521 4008298-0
bi@kaercher-schreiber.de

Store Harsewinkel

Franz-Claas-Str. 12
Tel: 05247 98588-0
hsw@kaercher-schreiber.de

kaercher-schreiber.de/vorfuehrung

KÄRCHER

**KÄRCHER STORE
SCHREIBER**

Schreiber GmbH, Franz-Claas-Str. 12, 33428 Harsewinkel



Bereit für alles, was kommt.

**Die Märkte ändern
sich. Ihr Unternehmen
bleibt stark.**

Mit der Sparkasse an Ihrer Seite sind Sie für
kommende Herausforderungen bestens aufgestellt:
jederzeit und überall.

sparkasse.de/unternehmen



Weil's um mehr als Geld geht.