

Wirtschaftsstandort

Kreis Viersen

Ausgabe Juni 2019

Der Niederrhein

So gut. So weit. So grün!

Was Tourismus mit dem Werben
um Fachkräfte zu tun hat **Seite 12**

Radwandertag:
Mit dem Drahtesel
durch die Region
Seite 10



Vereinsförderung:
Soziales Engagement
gehört zur DNA
Seite 20

Arbeitswelt:
„Marsianer“ leben
Ihre fünf Prinzipien
Seite 24

#Gemeinsam AllemGewachsen



sparkasse-krefeld.de/allemgewachsen

Folgen Sie uns:  

„Ich möchte Kunst öffentlich erlebbar machen. Darum bin ich stolz, dass die ‚Skulpturen-sammlung Viersen‘ nach dreißig Jahren heute weltweit bekannt ist – und immer noch wächst.“

Als Hauptförderer sorgt die Sparkasse seit Beginn der Sammlung mit für die notwendige finanzielle Unterstützung. Dafür bin ich sehr dankbar.“

Dr. Albert Pauly
Verein für Heimatpflege e.V. Viersen

 Sparkasse
Krefeld

So gut. So weit. So erfolgreich?

Der Niederrhein ist schön. Wir kennen ihn und wissen das. Wir arbeiten hier, wir leben hier. Und für viele Unternehmen aus der Region wird unser grünes Idyll ein immer stärkeres Argument beim Werben um Fachkräfte. Die Wirtschaftsförderung für den Kreis Viersen mit Dr. Thomas Jablonski an der Spitze und die Niederrhein Tourismus GmbH, geführt von Martina Baumgärtner, werden daher nicht müde, die Vorzüge unserer Region zu preisen. Seit dem Frühjahr haben sie dafür ein neues Vehikel: ihre neue Marke „DER NIEDERRHEIN. SO GUT. SO WEIT.“ Was es mit dem Slogan auf sich hat, was sich dahinter verbirgt und wie er künftig genutzt werden soll, verraten beide im großen Doppel-Interview mit dem *Wirtschaftsstandort*. Einer der größten Publikumsmagneten am Niederrhein ist und bleibt zum Beispiel die Borussia aus dem benachbarten Mönchengladbach. Im Borussia-Park locken jetzt neben Europa League-Spielen auch ein modernes Hotel mit Motto-Zimmern, das Museum FohlenWelt und ein großer

neuer Fanshop. Wir stellen die neue Borussen-Welt vor. Prominente aus der Region nutzt derweil die Sparkasse Krefeld, um ihrem sozialem Engagement ein Gesicht zu geben. Was es mit dem Hashtag #GemeinsamAllemGewachsen auf sich hat, lesen Sie ebenfalls in dieser Ausgabe. Alle Inhalte aus dem Magazin, das ePaper sowie tagesaktuelle Nachrichten aus der Wirtschaftsregion finden Sie übrigens auch auf www.wirtschaftsstandort-niederrhein.de. Viel Spaß bei der Lektüre!



Herzlichst,
Ihr Jan Finken / Objektleitung
j.finken@wirtschaftsstandort-niederrhein.de

QUIP AG – Ihr Dienstleister für Personal, Produktion und Technik



**GEMEINSAM
ANS ZIEL**

**Geschäftsstelle
Mönchengladbach**
im Quartier B. Kühlen
Neuhofstr. 52
41061 Mönchengladbach
Tel. 02161 24398 0
gs-mg@quip.de

**Geschäftsstelle
Krefeld**
K2-Tower –
Basecampbüro 4.0G
Kleinewerferstr. 1
47803 Krefeld
Telefon 02151 64549 0
Gs-kr@quip.de

www.quip.de

INHALT



22 MeinWerk: Attraktive Angebote für Mittelständler

- Namen & Nachrichten – 8
- Neue FohlenWelt – 16
- Neues aus Nettetal – 18
- EGN: Kernkompetenz Baustellenentsorgung – 30
- Service – 42



26 JK Technischer Handel: Kampfansage an die Korrosion



46 Latzel Steuerberater: Tipps für Existenzgründer

Impressum

Verlag: Report Anzeigenblatt GmbH, Blumenberger Straße 143 – 145, 41061 Mönchengladbach, Telefon: 0 21 61.81 98-0, Telefax: 0 21 61.81 98-40, (Verlagsanschrift ist gleichzeitig Anschrift für nachstehend aufgeführte Personen). Geschäftsführung: Veith Winkels, Verlagsleitung: Lutz Mallwitz, Objektleitung/Redaktion: Jan Finken, Titelbild: Buttermarkt in Kempen/Foto Andreas Baum, Grafik & Satz: Kompetenzcenter Bernd Linde, Langmaar 19, 41238 Mönchengladbach, Druck: Rheinische DruckMedien GmbH, Zülpicher Straße 10, 40196 Düsseldorf



Latzel Steuerberater. Die Beratungskanzlei. Wir denken digital.

Latzel berät mittelständische Unternehmen und führt sie in die digitale Welt. Wer digital arbeitet, kann schneller auf Herausforderungen am Markt reagieren. Der Unternehmer hat mehr Zeit, die strategische Ausrichtung seiner Firma zu steuern und geschäftliche Erfolge zu verbuchen.

Auszeichnung: Das DATEV-Label »Digitale Kanzlei« kennzeichnet unsere Kanzlei als innovativen Berater und attraktiven Arbeitgeber.

www.latzel-steuerberater.de



Für einen starken Kreis

Gewerbeflächen · Projekte · Netzwerke

Das Team der Wirtschaftsförderung Kreis Viersen ist Ihr Ansprechpartner für alle Themen rund um den Wirtschaftsstandort.

Ob bei der Suche nach einem neuen Standort, Fördermitteln, Geschäftskontakten und vielem mehr – als Teil eines breit aufgestellten Netzwerkes helfen wir gern bei allen Fragen.



wfg-kreis-viersen.de

Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Kreis Viersen mbH
Willy-Brandt-Ring 13 · 41747 Viersen



Natur pur

Eine intakte Landschaft, geprägt von ausgedehnten Wäldern, Bächen, Flüssen und Seen: Das ist der Niederrhein. Hier findet man Ruhe, Entspannung und Erholung. Zum Beispiel im Naturschutzgebiet Elmpter Schwalmbruch im Kreis Viersen. In dem insgesamt 296 Hektar großen Naturschutzgebiet findet man die größte Wacholderheide des linken Niederrheins. Rund um ein großes Moor beweiden Bentheimer Schafe die Heideflächen. Und im Spätsommer blühen die Besen- und die Glockenheide – ein Erlebnis. Das Schwalmbruch ist eines der bedeutendsten Gebiete für Amphibien und Libellen. Blau- und Schwarzkehlchen haben hier ihre Brutgebiete. Zahlreiche Wanderwegen führen durch das Gebiet wie etwa der 15 Kilometer lange Premiumwanderweg Schwalmbruch. Dort kann man einen Aussichtsturm besteigen und so einen fantastischen Panoramablick über die Bruchlandschaft erhalten.

Foto: Andreas Baum

VANDERLANDE

Zuverlässiger Partner für Logistikprozessautomation mit Mehrwert



Vanderlande ist ein Global Player im Markt für Lagerautomation und auf Lösungen für den Lebensmitteleinzelhandel, Fashion, Bauteile und Komponenten sowie E-Commerce spezialisiert. Das Unternehmen arbeitet eng mit seinen Kunden zusammen und bietet alles aus einer Hand: innovative Systeme, intelligente Software und Life-Cycle-Services. Dieser integrierte Ansatz resultiert in einer optimalen Leistung während der gesamten Lebensdauer eines Systems.

> vanderlande.com

MOVING YOUR BUSINESS FORWARD

Die neuen Niederrhein-Kataloge sind da

Orte für alle Sinne, jede Menge Tipps: Die neuen Niederrhein-Kataloge sind da. Im neuen Look und vor allem unter dem neuen Slogan „So gut. So weit.“ machen die Kataloge „Faszination Niederrhein“ und „Erlebnis Niederrhein“ deutlich, warum die Region zwischen Rhein und Maas so attraktiv ist – und was sich hier alles erleben lässt an 365 Tagen im Jahr. Das macht vor allem der Katalog „Erlebnis Niederrhein“ deutlich. Er listet die Events im Überblick auf, gibt Tipps für alle Lebenslagen vom Tag am Strand mit Action am Wasser bis zum Theater- und Konzertbesuch am Abend. Die neuen Kataloge gibt's bei der Niederrhein Tourismus GmbH, Willy-Brandt-Ring 13, 41747 Viersen, Telefon 0 21 62.81 79 03, oder online (Service/Kataloge) unter:



Foto: Niederrhein Tourismus GmbH

www.niederrheintourismus.de

Das Herz der Kerze

Ohne Docht brennt auch die schönste Kerze nicht. Und die besten Dochte kommen aus Nettetal: Auf einem Markt mit knallharter Konkurrenz ist die Westdeutsche Dochtfabrik (Wedo) europäischer Marktführer bei der Produktion von Dochten. In über 100 Länder wird geliefert. Damit das so bleibt, arbeitet das Kaldenkirchener Unternehmen in Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderungsgesellschaft (WFG) Kreis Viersen an einer weiteren Digitalisierung der Produktionsabläufe und erhält dafür jetzt Landeszuschüsse von bis zu 25.000 Euro. „Diese Förderung hilft uns, in die Digitalisierung aller Geschäftsprozesse einzusteigen vom Einkauf über die Produktion bis zur Qualitätssicherung“, sagt Helmut Gutberlet (Foto): „Dabei hat uns die WFG Kreis Viersen ganz entscheidend unterstützt. Das ist Wirtschaftsförderung im besten Sinne.“



Foto: WFG Kreis Viersen

www.wedowick.de

Künstliche Intelligenz für Unternehmen

Künstliche Intelligenz, Rechnernetze in der Datenwolke: Schlagworte, mit denen sich Unternehmen heute auseinandersetzen müssen. Welche Möglichkeiten bieten sich für kleine und mittelständische Unternehmen, welche Anwendungen können zu Verbesserungen bei den eigenen Geschäftsprozessen führen? Das ist das Thema des nächsten Forum Mittelstand Niederrhein am Dienstag, 25. Juni, 18 Uhr im Kultursaal der Burg Brüggen. Das Impulsreferat wird Professor Dr. Thomas Nitsche von der Hochschule Niederrhein halten. Mit auf dem Podium sitzen Dirk Siemann vom Unternehmen CSN Cloud Solutions sowie Detlef Klüssendorf, Geschäftsführer der Kdorf Automation in Kempen. Infos und Anmeldungen bei Uta Pricken, Telefon 0 21 52.20 29 0, oder per E-Mail unter uta.pricken@tzniederrhein.de.

Foto: TZN

www.tzniederrhein.de



Stipendium für Existenzgründer

Aller Anfang ist schwer. Gerade, wenn es darum geht, aus einer pffigen Idee ein Geschäftsmodell für ein Unternehmen zu entwickeln, das sich am Markt behaupten kann. Deshalb werden Existenzgründer mit öffentlichen Zuschüssen gefördert. Dazu gibt es das Gründerstipendium NRW. Für die Umsetzung auf regionaler Ebene haben jetzt die Wirtschaftsförderungsgesellschaften Kreis Viersen und Rhein-Kreis Neuss ein gemeinsames Gründernetzwerk ins Leben gerufen. Den Existenzgründern winkt ein Stipendium in Höhe von 1000 Euro monatlich für maximal ein Jahr. Die Kontaktadresse für interessierte Existenzgründer aus dem Kreis Viersen Karl-Heinz Pohl, Telefon 0 21 52.20 29 12, E-Mail karlheinz.pohl@tzniederrhein.de.

Foto: WFG Kreis Viersen



Der Niederrhein steigt aufs Rad

Eines der größten Radsportereignisse in Deutschland steht vor der Tür: Am Sonntag, 7. Juli, findet zum 28. Mal der „Niederrheinische Radwandertag“ statt. In diesem Jahr lautet das Motto „Kultur in der Natur“. 63 Orte am Niederrhein und in den benachbarten Niederlanden nehmen daran teil. 85 Radrouten stehen zur Auswahl. Alle Radrouten stehen auf der Internetseite des Niederrhein-Tourismus zum Download als PDF oder als GPX-Track bereit; dazu gibt es eine interaktive Karte, auf der alle Kulturtipps entlang der Strecke verzeichnet sind. Allgemein gilt für den „Niederrheinischen Radwandertag“: Hier geht es nicht um sportliche Höchstleistungen, sondern um ein gemeinsames Vergnügen im Freien mit ganz viel Spaß und guter Laune. Bis zu 30.000 Radfahrer nehmen daran teil. Zumeist führen die Strecken über asphaltierte Wirtschaftswege oder gut zu befahrende Waldwege. Dabei sind die Touren unterschiedlich lang. Da gibt es etwa die Handicap-Route in Heinsberg. Sie

ist nur sechs Kilometer lang, dafür aber auch für Menschen mit Behinderung geeignet. Die längste Tour führt übrigens über 95 Kilometer von Kempen über Krefeld, Meerbusch, Willich, Tönisvorst zurück nach Kempen.

Routen unter dem Motto „Kultur in der Natur“

Spezielle Fahrradrouten werden unter dem Oberbegriff „Kultur in der Natur“ angeboten zu Themen wie „100 Jahre Bauhaus“ (Viersen-Krefeld) und „Industriekultur“ (Kamp-Lintfort-Neukirchen-Vluyn) oder eine „Schloss- und Klosteroute“ (Wegberg-Erkelenz). Zahlreiche Museen und Kultureinrichtungen in der Region bieten für die Teilnehmer des Radwandertags, die eine Startkarte vorweisen können, am 7. Juli kostenfreien Eintritt.

Zwischen 10 und 17 Uhr sorgen in den Orten Imbiss- und Getränkestände für die notwendige Erfrischung und Versorgung der Pedalritter. In einigen Orten ist zudem für ein



Auch am Niederrheinischen Freilichtmuseum führt eine Route beim Radwandertag vorbei.

Foto: Niederrheinisches Freilichtmuseum

unterhaltsames Rahmenprogramm für die Radler gesorgt. So verwandelt sich etwa der Marktplatz in Geldern in ein karibisches Urlaubsparadies mit Live-Musik, Beachvolleyball, Limbo-Wettbewerb und einer Schatzsuche für Kinder. Kempen zeigt sich kulinarisch mit Genuss pur auf dem Buttermarkt, bei einem Gourmetfest kann man Schermebeck genießen, Heinsberg bietet ein Wein- fest auf dem Burgberg.

Zwei Stempel für die Chance auf tolle Gewinne

Und schließlich kann man beim Niederrheinischen Radwandertag auch etwas gewinnen: Wer mindestens zwei Orte auf seiner Radtour angefahren hat und damit zwei

Stempel auf seiner Startkarte vorweisen kann, nimmt an der zentralen Tombola teil. Dabei winkt als Hauptpreis ein modernes Fahrrad, Übernachtungs- und Verzehr Gutscheine sind zu gewinnen sowie Eintrittskarten für kulturelle Veranstaltungen. Alle Gewinner werden zu einer Fahrt mit der Selfkantbahn im Heinsberger Land eingeladen, wo auch im August die zentrale Preisverleihung mit Kaffee und Kuchen im Restaurant „Gleis 3“ stattfindet.

Wer über kein eigenes Rad verfügt, aber trotzdem dabei sein möchte, der kann sich das Niederrheinrad an einer der über 30 Ausleihstationen mieten. Infos dazu gibt es auf der Webseite der Niederrhein Tourismus GmbH (siehe INFO)



Die historische Gartenanlage in Kleve ist nur eines von vielen lohnenswerten Zielen beim Niederrheinischen Radwandertag.

Foto: WT Stadt Kleve GmbH

i INFO

Den Niederrhein als Urlaubsregion bekannt zu machen und die Region gemeinsam präsentieren: Das sind die Ziele der Kreise Heinsberg, Kleve, Viersen und Wesel. Sie haben sich zur Niederrhein Tourismus GmbH zusammengeschlossen. Die komplette Broschüre zum Niederrheinischen Radwandertag mit allen Infos und Routen gibt es bei den 63 teilnehmenden Orten, bei der Niederrhein Tourismus GmbH, Willy-Brandt-Ring 13, 41747 Viersen, Telefon 0 21 62.81 79-03, sowie im Internet unter: www.niederrhein-tourismus.de/radwandertag

NIEDERRHEIN
SO GUT. SO WEIT.



„Tourismus schafft die emotionalen Werte für das Standortmarketing“

Die Tourismusbranche ist heutzutage ein wichtiger Wirtschaftszweig, vor allem für Städte und Kommunen. Der Kreis Viersen hat dies längst erkannt und mit der Niederrhein Tourismus GmbH dieses Thema schon vor Jahren in eine eigene Gesellschaft überführt. Welche Ziele sie in Zukunft verfolgen erklären Dr. Thomas Jablonski, Geschäftsführer der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Kreises Viersen, und Martina Baumgärtner, Geschäftsführerin der Niederrhein Tourismus GmbH, im großen Interview mit dem Wirtschaftsstandort.

Frau Baumgärtner, bei der diesjährigen internationalen Tourismus-Messe ITB in Berlin hat die Niederrhein Tourismus GmbH ihren neuen Claim auf großer Bühne der Öffentlichkeit vorgestellt: 'So gut. So weit.' Was steckt dahinter?

Martina Baumgärtner: Der Slogan war einer

der Vorschläge unserer PR-Agentur, die wir im Rahmen der Markenbildung beauftragt hatten. Insgesamt hatten wir 130 Vorschläge bekommen, die wir gemeinsam diskutiert und anhand unserer Werte, unserem Stil und

„Wir möchten als die Radregion schlechthin wahrgenommen werden“

Martina Baumgärtner

unserer Markenessenz, die wir mit allen Beteiligten – unter anderem den Betrieben in der Region – erarbeiten konnten, vorsortiert haben. 'So gut' bildet das Thema Qualität ab, die durchaus vorhanden ist. 'So weit' steht für unsere Markenessenz 'Freiraum', die wir

uns auf die Fahne geschrieben haben – Freiraum im Denken, im Bewegen, in der Auswahl von Angeboten in jeglicher Hinsicht.

Arbeiten an der Qualität – in welcher Hinsicht ist das gemeint?

Baumgärtner: Qualität der Angebote, Qualität der Produkte! Mit Qualität sind dabei zum Beispiel auch Instandhaltungen von Radwegen und Wanderwegen gemeint; gepflegte Rad- und Wanderwege sind schließlich auch ein Qualitätsmerkmal einer Region. Beim Thema Radfahren haben wir uns seit rund 14 Jahren eine hohe Kompetenz erarbeitet, möchten im Ranking aber natürlich gerne noch ein paar Plätze nach vorne rutschen und künftig als die Radregion schlechthin wahrgenommen werden. Das muss das Ziel sein. Wir wollen zusätzlich auch mit den Betrieben beraten, wie sie die Qualität ihrer Dienstleistungen oder Services weiter stei-

gern können, um den Komfort und den Aufenthalt unserer Gäste so angenehm wie möglich zu gestalten.

Gibt es bestimmte Zielgruppen, die Sie mit der Marke Niederrhein ansprechen wollen?

Baumgärtner: Klassische Zielgruppen, die etwa nach Alter, Familienstand, Beruf und Einkommen eingeteilt sind, haben wir für uns gar nicht mehr definiert. Uns interessiert vielmehr: Welche Bedürfnisse haben die Menschen heutzutage? Welchen Lebensstil pflegen sie? Wie informieren sie sich? Welche Medien nutzen sie dafür? Das sind Fragen, denen wir nachgehen und anhand derer wir unser Zielgruppen-Marketing ausrichten.

Welche Regionen sind werbetechnisch für Sie interessant?

Baumgärtner: In erster Linie Nordrhein-Westfalen und der Ballungsraum Ruhrgebiet, in dem 5,6 Millionen Menschen leben. Wir sind, das darf man nicht vergessen, nach wie vor keine klassische Urlaubsdestination, in

„Ein höherer Bekanntheitsgrad unserer Region ist ein Mehrwert für die hier ansässigen Unternehmen“

Dr. Thomas Jablonski

der man zehn bis 14 Tage verbringt. In der Marktforschung gilt erst alles ab einer Woche Aufenthalt als Urlaub, darunter spricht man von Kurzreisen. Die Aufenthaltsdauer von Urlaubern bei uns liegt im Schnitt bei 2,5 Nächten. Das wollen wir steigern und dafür

die Dichte an Angeboten für Urlauber so aufbereiten, die für sie ein Anlass ist, auch mal eine Woche bei uns in der Region zu verbringen.

„Wir bieten Ihnen 365 Tage im Jahr Erlebnisse, die Sie nicht vergessen werden“, heißt es auf Ihrer Webseite – ein großes Versprechen. Was wollen Sie damit ausdrücken?

Baumgärtner: Es ist ein neuer Anspruch an uns selbst. Wir wollen uns nicht mehr nur auf klassische Outdoor-Aktivitäten wie Wandern oder Radfahren konzentrieren, sondern künftig auch den Herbst und Winter bei uns interessant machen – sei es mit kuscheligen Nachmittagen oder Abenden in unseren Bauernhof-Cafés, in unseren Wellness-Oasen oder mit guten Angeboten im Bereich Essen und Trinken. Wir wollen Highlights wie unsere tollen Kunsthandwerker- und

Weihnachtsmärkte mehr in den Fokus rücken, alles eng verknüpft mit dem Motto 'Lebensfreude am Niederrhein'. Wir sind gerade unterwegs, um dafür mit unseren Betrieben entsprechende Angebote aufzustellen.

Herr Dr. Jablonski, warum ist eine starke Niederrhein Tourismus GmbH wichtig für die Wirtschaftsförderung im Kreis Viersen?

Dr. Thomas Jablonski: Die Branche Tourismus ist für sich genommen extrem wichtig für den kompletten Wirtschaftsstandort Niederrhein und damit auch den Kreis Viersen. Es gibt unsere eigenständige Gesellschaft, um die Bedeutung des Thema Tourismus noch einmal zu unterstreichen. Über dieses Vehikel ist außerdem eine überregionale Zusammenarbeit mit anderen Städten oder Kreisen viel besser möglich. Wir brauchen Expertise in Sachen Tourismus, um darüber einen Bekanntheitsgrad zu entwickeln, damit man uns auf der Karte überhaupt findet. Wir freuen uns immer, wenn der Niederrhein in der Wettervorhersage vorkommt, denn bessere Werbung gibt es nicht, weil einfach mal der Name genannt wird. Wenn der Begriff Niederrhein fällt, müssen Menschen damit bestimmte Bilder assoziieren – daran arbeiten wir. Ein höherer Bekanntheitsgrad unserer Region ist ein Mehrwert für die hier ansässigen Unternehmen.



„Tourismus schafft emotionale, aber auch infrastrukturelle Werte“

Martina Baumgärtner

Mehrwert für Betriebe im Bereich Gastronomie?

Dr. Jablonski: Auch, aber ich denke vor allem an die klassischen mittelständischen Unternehmen, familiengeführte Betriebe, die hier möglicherweise seit Generationen beheimatet sind oder die stetig wachsen. Ihnen wol-

len wir mit unserer Marke Niederrhein eine Chance geben, sich publikumswirksam zum Standort zu bekennen nach dem Motto: Wir sind stolz, dass wir hier leben und arbeiten. Dafür müssen wir ein Bild von der Region zeichnen, auf das man auch stolz sein kann. Wir müssen die Vorzüge der Region offensiv darstellen und mit ihnen werben. Es ist unheimlich schwierig, den Niederrhein klar zu definieren; er fängt im Grunde bei der Millionenstadt Köln an und hört im ländlich geprägten Kreis Kleve auf. Für diese Definition müssen wir Emotionen wecken und Bilder zeichnen, die in den Köpfen bleiben.

Baumgärtner: Touristisches Marketing kann man gar nicht mehr vom Standortmarketing trennen, beides gehört zusammen. Tourismus schafft die emotionalen, aber auch die infrastrukturellen Werte, weil Menschen diese einfordern, wenn sie in eine Region kommen, um Lebensqualität zu gewinnen. Z.B. antizyklisch zur Arbeit zu fahren und keine Staus mehr zu haben. In einem netten, grünen Umfeld zu arbeiten. Und vielleicht führt all' das am Ende dazu, dass die Menschen sich auch hier niederlassen wollen. Die weichen Faktoren mit den Standortfaktoren kommunizieren, kann sicher eine Region interessant machen. Aus diesen Gründen können wir mit Fug und Recht behaupten, dass wir von der Niederrhein Tourismus GmbH eine Menge zum Standortmarketing beitragen.

Wie fallen die bisherigen Reaktionen auf den neuen Markenprozess aus?

Dr. Jablonski: Ausnahmslos positiv. Wir hatten noch nie so viel Resonanz auf unsere Veranstaltungsreihe 'Forum Mittelstand', wie als wir dieses Thema zusammen mit Zukunftsforscher Andreas Reiter aus Wien, der uns bei dem Prozess beratend zur Seite gestanden hat, vorgestellt haben. Das Forum war voll, es gab unheimlich viele Anfragen und neue Kontakte. Ich kann mich nicht erinnern, dass wir schon einmal mit einem anderen Thema so den Nerv der Menschen und Unternehmen hier in der Region getroffen haben.

Baumgärtner: Wir sind nun dabei, sogenannte touch points, Berührungspunkte, zu finden, um die Marke sichtbar zu machen. Wir werden uns step by step in den einzelnen Kreisen Partner suchen, mit denen das sofort und unkompliziert – übrigens auch ein Attribut der Marke – umzusetzen ist. Wir wollen die Marke nach außen zeigen und für den Gast sichtbar machen. Das geschieht auf den verschiedensten Wegen: Auf dem Gästeführer der Stadt Brüggen ist unser Logo drauf, Niederkrüchten will nachziehen. Wir haben die Show 'Holiday on Ice' als Markenbotschafter gewinnen können, die vom 27. November bis 1. Dezember 2019 im Grefrather EisSport & EventPark gastieren wird.

Das große positive Feedback und Aussagen wie das eben erwähnte „Wir bieten 365 Tage im Jahr unvergessliche Erlebnisse“ lassen auf ein neues Selbstbewusstsein der Region schließen...

Baumgärtner: Absolut. Und das ist ja im Grunde auch das, was uns Andreas Reiter bestätigt hat: Das Potenzial in der Region ist da, wir müssen es nur mit viel mehr Selbstvertrauen nach außen transportieren. Er riet uns, an unseren Stärken und nicht an unseren Schwächen zu arbeiten.

Wird es weitere Berührungspunkte mit Zukunftsforscher Andreas Reiter geben?

Baumgärtner: Wir werden ihn sicherlich zu ein oder zwei Workshops im Jahr einladen, damit er unseren Markenprozess unabhängig von außen beleuchtet und uns die Frage beantwortet: Sind wir noch auf dem richtigen Weg? Es besteht immer die Gefahr, dass man bei solch einem langen Vorgang von seiner ursprünglichen Strategie abweicht und die ein oder andere Kurve dreht. Das



„Es geht nur um Wahrnehmung“

Dr. Thomas Jablonski

verwässert den Markenkern, und das wollen wir vermeiden.

Der Schulterschluss mit der heimischen Wirtschaft ist ein zentrales Anliegen bei der Markenbildung. Wie können sich Unternehmen konkret einbringen?

Dr. Jablonski: Partner, die uns auf diesem Weg bereits seit langem, können bereits mit unserem Logo werben. Andere interessierte Unternehmen können gegen eine geringe Gebühr die Lizenz erwerben, mit der Marke das eigene Profil zu schärfen und ein Bekenntnis zum Niederrhein abzulegen. Diese Unternehmen sollten mindestens zwei bis drei Attribute, die wir über die Marke definiert haben, selbst besitzen. Wir haben in dieser Beziehung einen hohen Qualitätsanspruch und wollen mit der Vergabe der Lizenzen auch eine gewisse Exklusivität garantieren.

Sehen Unternehmen jetzt auch die Notwendigkeit, sich an solchen Prozessen zu beteiligen, weil sie auf der Suche nach Fachkräften sind? Und dienen solche öffentlichkeitswirksamen Marken als Mittel zum Zweck?

Dr. Jablonski: Unbedingt. Das ist ja das Riesenthema bei uns: Wie finden Unternehmen von kleiner oder mittlerer Größe noch Mitarbeiter? Wie können sie noch wahrgenommen werden? Denn darum geht es, um Wahrnehmung: Mittelständische Betriebe haben doch kaum noch eine Chance, sich gegen große Konzerne oder Unternehmen in Ballungsräumen durchzusetzen. Mit unserer Niederrhein-Marke haben sie die Gelegenheit, sich ein positives Image zu verschaffen und auf diese Weise wahrgenommen zu werden. Je mehr sie nutzen, umso besser; ich hoffe hier ganz stark auf ein Gemeinschaftsgefühl, das sich entwickeln könnte. Der Fantasie, wie man die Marke als Unternehmen zusätzlich mit Leben füllen kann, sind hier keine Grenzen gesetzt.

Mit WFG-Geschäftsführer Dr. Thomas Jablonski und Martina Baumgärtner, Geschäftsführerin von Niederrhein Tourismus, sprach Wirtschaftsstandort-Redaktionsleiter Jan Finken



Martina Baumgärtner, Dr. Thomas Jablonski und Wirtschaftsstandort-Redakteur Jan Finken trafen sich im TZN in Kempen zum Gespräch

Foto: Andreas Baum

NIEDERRHEIN
SO GUT. SO WEIT.

Lesen Sie weiter auf www.wirtschaftsstandort-niederrhein.de und nutzen Sie den QR-Code.



INFO

PARTNER
Kreis Viersen
Kreis Kleve
Kreis Wesel
Kreis Heinsberg

KONTAKT

Niederrhein Tourismus GmbH
Willy-Brandt-Ring 13
41747 Viersen
@ info@niederrhein-tourismus.de
www.niederrhein-tourismus.de

Neue Möglichkeiten durch nächsten Meilen-Stein

Sportliche Meilensteine hat Borussia Mönchengladbach in den vergangenen Jahren etliche gesetzt. Die Saison 2018/2019 endete für die FohlenElf erfolgreich mit der Qualifikation für die Europa League. Auf hohem internationalen Niveau ist auch das strukturelle Umfeld, in dem sich der Verein seit dem Stadionneubau vor 15 Jahren bewegt. Der Einzug in den BORUSSIA-PARK im Juli 2004 hat dem Klub sowohl in sportlicher als auch finanzieller Hinsicht neue Dimensionen eröffnet. Mit der Errichtung des Gebäude-Komplexes „Borussia-8-Grad“ vis à vis zum BORUSSIA-PARK hat der Traditionsverein nun – im wahrsten Sinne des Wortes – den nächsten Meilen-Stein gesetzt. Speziell durch die Eröffnung des H4-Hotels eröffnen sich dem Verein völlig neue Möglichkeiten, etwa im Event-Bereich. „Die Anzahl der Veranstaltungen im BORUSSIA-PARK soll durch den Neubau erheblich gesteigert werden“, bestätigt Borussia-Geschäftsführer Stephan Schippers. „Pro Jahr sind es bislang etwa 400 Veranstaltungen, diese Zahl soll um das Doppelte auf 750 bis 800 Veranstaltungen erhöht werden. Dazu zählen zum Beispiel Konzerte, Messen, Hochzeiten oder Tagungen. Mit dem Neubau treiben wir also unsere kommerzielle wie sportliche Entwicklung voran“, unterstreicht der Geschäftsführer.

Der Gebäudekomplex, dessen Name sich durch seine charakteristische Neigung erklärt, beherbergt neben dem H4-Hotel auch das interaktive Vereinsmuseum, den neuen und größeren Fanshop, Arztpraxen, den Medical Park mit seinem Reha- und Fitnesszentrum sowie die Verwaltung des Vereins. Allgemeiner Betreiber des Borussia-Hotels ist die H-Hotels-AG aus Bad Arolsen; der Vertrag mit Borussia läuft über 20 Jahre.

Jegliche Gastronomie, sowie die Abwicklung der Anfragen für Tagungen und Events läuft über Borussia selbst. Betreiber H-Hotels-AG hat, um eine Auslastung über das ganze Jahr zu erzielen, nicht nur Fans der Borussia im Blick, auch wenn für diese eine Übernachtung in einem Zimmer, die alle ein spezielles „Fohlen-Design“ haben, mit Sicherheit ein einmaliges Highlight sein wird. Aber auch



Das Investitionsvolumen für „Borussia-8-Grad“ liegt bei 31 Millionen Euro, der Eigenanteil Borussia bei 10 Millionen Euro.

Foto: Andreas Baum

Geschäftsreisende, die mit Borussia keine spezielle Verbindung haben, sollen sich hier wohlfühlen. Die 125 Zimmer und sechs Suiten punkten mit sportlichem Design und Komfort. Zur Grundausstattung gehören eine Klimaanlage, ein Flachbildfernseher, eine Kaffee- und Teestation sowie eine Minibar. WLAN ist inklusive. Je nach Zimmerkategorie ist auch der Zugang zur Executive-Lounge inbegriffen. Ein umfassendes gastronomisches Angebot sowie attraktive Fitness- und Tagungsmöglichkeiten runden das Angebot ab.

Dass sich mit Borussia und der H-Hotels AG zwei Partner gesucht und gefunden

haben, machten beide Seiten anlässlich der Verlängerung des Trikot-Sponsorings – die H-Hotels AG hat das seit der Saison 2017/18 bestehende Engagement als offizieller Co-Sponsor und Trikotärmel-Partner von Borussia Mönchengladbach um zwei weitere Jahre bis 30. Juni 2021 verlängert – noch einmal deutlich: „Die Eröffnung des H4 Hotels im Borussia-8-Grad hat auch den BORUSSIA-PARK weiterentwickelt. Die Verlängerung der Partnerschaft ist ebenso ein starkes Statement für die Intensivierung der Beziehung zwischen Borussia und der H-Hotels AG“, sagt Borussia-Geschäftsführer Stephan

Schippers. „Die Zusammenarbeit mit der H-Hotels Gruppe läuft absolut harmonisch und freundschaftlich. Es freut uns daher sehr, dass wir mit der Verlängerung des Vertrages die nachhaltige Partnerschaft weiterhin fortführen“, ergänzt Guido Uhle, Prokurist bei Borussia. „Unsere sportliche und strategische Zusammenarbeit hat in den vergangenen Monaten noch einmal deutlich gezeigt, wie viele Gemeinsamkeiten uns verbinden. Deswegen führen wir die Partnerschaft sehr gern fort“, unterstreicht Thomas Querl, CFO der H-Hotels AG.

– jfk



Die Zimmer und Suiten im H4-Hotel überzeugen mit viel Liebe zum Detail und – natürlich – Borussia-Flair.

Fotos: Borussia

INFO

FohlenShop und FohlenWelt

Der Neubau im BORUSSIA-PARK in Mönchengladbach entstand binnen zweieinhalb Jahren Bauzeit nach den Plänen des renommierten Düsseldorfer Architektur-Büros SOP. Insgesamt verteilt sich das Innenleben auf rund 15.000 Quadratmetern Fläche über sieben Etagen. Etwa 46 Prozent des Komplexes belegt das H4-Hotel mit 131 Zimmern und einer Lounge im ersten Obergeschoss. Im

Erdgeschoss wurde ein zusätzliches Angebot für alle Fans und Besucher geschaffen: Auf der einen Seite der neu gestaltete, rund 1.000 Quadratmeter große FohlenShop, auf der anderen Seite die FohlenWelt, in der die Geschichte der Fohlen auf mehr als 1.150 Quadratmetern erzählt wird. Das interaktive Vereinsmuseum wurde offiziell am Freitag, 3. Mai, eröffnet.



Das Bauvorhaben der Firma Garbe im Gewerbegebiet Nettetal-West hat ein Investitionsvolumen von etwa 17 Millionen Euro.

Foto: Garbe Industrial Real Estate

Global Player als Ankermieter

Ich freue mich, dass wir nach dem bereits in der Umsetzung befindlichen Investitionsprojekt der Firma Habacker mit der Firma Röhlig als künftigen Nutzer ein weiteres Gewerbegrundstück in Nettetal-West veräußern können. Das Bauvorhaben der Firma Garbe mit einem Investitionsvolumen von etwa 17 Millionen Euro unterstreicht einmal mehr die Bedeutung Nettetals als attraktiven Wirtschaftsstandort“, so Bürgermeister Christian Wagner. Und vermeldet damit gleichzeitig den Verkauf eines weiteren Grundstückes im Gewerbegebiet Nettetal-West.

An der Montel-/Zillessen-Allee veräußert die Stadt eine Fläche von 3,2 Hektar an eine Tochtergesellschaft der Garbe Industrial Real Estate mit Sitz in Hamburg. Das Unternehmen ist ein bekannter Anbieter von Gewerbeimmobilien in Deutschland und seit 25 Jahren Kooperationspartner für Transport und Logistikdienstleister sowie Vertreter des Handels und produzierenden Gewerbes.

Das Entwurfskonzept der Firma Garbe sieht eine Logistik- und Büroimmobilie über zwei Hallenabschnitte in einer Größenordnung von rund 10.500 Quadratmetern und weitere 7.950 Quadratmetern sowie Büroflächen von etwa 1.900 Quadratmetern vor. Für das Objekt hat Garbe als Ankermieter ein großes globales Unternehmen gewinnen können, das seine europäischen Aktivitäten ausweiten möchte. Als Hersteller von rund 35.000 verschiedenen Kunststoffprodukten möchte das Unternehmen von Nettetal aus seine Ware kommissionieren und vertreiben. Rund 100 Mitarbeiter werden an dem Stand-

ort beschäftigt sein, davon etwa 60 im Lager und 40 in der Administration. Wenn der Zeitplan eingehalten werden kann, werden die Arbeiten vor Ort noch in diesem Jahr beginnen und im nächsten Jahr fertiggestellt.

Anfänglich nutzt die bereits jetzt in Nettetal agierende Niederlassung noch nicht den gesamten Hallenkomplex. Daher bietet Garbe vorübergehend den kleineren Hallenabschnitt (7.940 Quadratmeter) auf dem gewerblichen Immobilienmarkt für weitere Interessenten an.

Investoren interessieren sich wieder für Nettetal-West

Die Wirtschaftsförderung führte bereits im letzten Jahr intensive Gespräche sowohl mit dem Investor als auch dem künftigen Ankermieter, der aus unternehmensinternen Gründen noch nicht genannt werden möchte. Dieser war auf der Suche nach Erweiterungsflächen vor allem im Stadtteil Kaldenkirchen. Nach Erstberatungen in den politischen Gremien im Dezember hatte sich die Verwaltung für den Verkauf der Fläche in Nettetal-West dann im Februar beim Rat der Stadt Nettetal grünes Licht geholt. Auch der Zentralbereich Wirtschaft und Marketing zeigt sich sehr zufrieden mit der Entwicklung. Investoren hätten laut Aussage von Wirtschaftsförderer Hans-Willi Pergens wieder Interesse an den lange nicht genutzten Flächen in Nettetal-West. Dabei nähmen auch Nettetal-Unternehmen das Areal wieder verstärkt in den Fokus.

Die Generation Z kommt auf den Arbeitsmarkt

Wie begeistere ich junge Menschen für mein Unternehmen? Diese Frage stellen sich zunehmend immer mehr Betriebe. Kompetente Antworten darauf gab es beim 17. Nettetal-er Wirtschaftsfrühstück von der IHK-Fachkräfteberaterin Birgit Terschlose. Bürgermeister Christian Wagner und Jochem Dohmen, Repräsentant der Sparkasse Krefeld, konnten hierzu rund 60 Unternehmer in der Akademie Heydevelthof begrüßen.

Nicht genug, dass ein genereller Fachkräftemangel auf die Betriebe zukommt, sondern auch eine neue Generation an Arbeitnehmern: die sogenannte Generation Z. Gemeint sind damit Jugendliche, die nach 1994 geboren wurden, die durch eine veränderte Gesellschaft, Globalisierung und den Internetboom geprägt sind und die ganz besondere Erwartungen an die Arbeitgeber haben. „Es ist eine hochsensible Generation junger Menschen, die alles blitzschnell aufnimmt und erfasst, enorm multitaskingfähig ist, sich dann aber schnell ablenken lässt und ein kurzes Durchhaltevermögen besitzt. Twitter, Instagram und der Griff zum Smartphone sind für diese Generation so normal, wie für andere die Tasse Kaffee am Morgen“, so Terschlose, die aufzeigte, warum diese Zielgruppe so ist, wie sie ist, wo man sie erreicht und später auch erfolgreich in den Betrieb integriert.

Bei der Ansprache im Bewerbungsverfahren erwarten die jungen Menschen eine ehrliche und authentische Firmendarstellung, möglichst originell, kurz und über visuelle Medien wie Bilder und Videos. Auch in Sachen Arbeitsalltag unterscheidet sich diese Generation: Sie bevorzugt klare Arbeitszeiten, eine Trennung zwischen Beruf und Privatleben, eine offene Kommunikation auf Augenhöhe, braucht aber klare Arbeitsanweisungen ebenso wie Wertschätzung.

INFO

Das nächste Wirtschaftsfrühstück findet am Mittwoch, 20. November, statt, dann mit dem Thema IT-Sicherheit / Cyberangriffe.



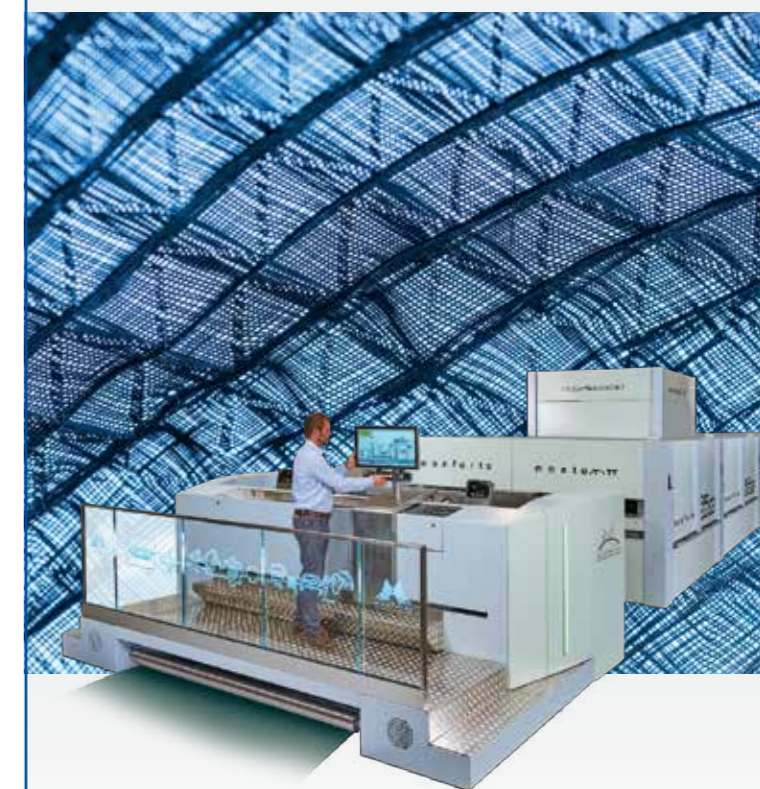
Freuten sich über ein gut besuchtes Wirtschaftsfrühstück (v. l.): Jochem Dohmen (Sparkasse Krefeld), Birgit Terschlose (Fachkräfteberaterin bei der IHK Mittlerer Niederrhein), Anja Bürschgens (Kreissparkasse Heinsberg), Christian Wagner (Bürgermeister Stadt Nettetal), Hans-Willi Pergens (Wirtschaftsförderer),

Foto: Andreas Baum



Textilmaschinen aus Mönchengladbach für die Märkte der Welt

Seit 1884 konstruiert und fertigt die A. Monforts Textilmaschinen mit motivierten und kompetenten Mitarbeitern High-Tech Veredlungsanlagen für die Märkte in aller Welt.



Auch für die innovativen Anwendungen im Bereich Technische Textilien. In unserem weltweit einzigartigen Technologiezentrum für Textil-Veredlungstechnik in Mönchengladbach entwickeln wir umwelt- und ressourcenschonende Verfahren zur Marktreife.

THINKING AHEAD FOR SUSTAINABLE SOLUTIONS

A. Monforts Textilmaschinen GmbH & Co. KG
Germany · Blumenberger Straße 143 -145
41061 Mönchengladbach



www.monforts.de

Soziales Engagement gehört zur DNA



Stefan Vander: „Wir sind überall präsent, wo Gemeinschaft ist und fördern sie, wo wir können.“

Foto: Andreas Baum

Soziales Engagement gehört seit Jahren, sogar seit Jahrzehnten, zur DNA der Sparkasse.“ Stefan Vander muss es wissen. Er ist regionaler Repräsentant der Sparkasse Krefeld und Leiter des Gewerbekunden-Centers der Sparkasse in Viersen. Vander weiß um die großen Anstrengungen, die das Institut Jahr für Jahr aufbringt, um Kultur, Sport und Soziales in der Stadt und der Region zu unterstützen. Allein: Die Sparkasse macht daraus kein großes Aufsehen, doch ohne ihre finanziellen Zuwendungen wäre die kulturelle Landschaft in der Region wohl nicht so vielfältig, wie sie heute ist. „Die Bandbreite an Vereinen und Einrichtungen, die wir unterstützen, ist unheimlich groß. Es gibt beispielsweise wohl keinen Verein in Viersen, der von uns noch keine Spende erhalten hat“, lächelt Vander.

Diese flächendeckende Unterstützung für das kulturelle Leben in der Stadt ist auch die Kernaussage des neuen Werbe-Claims, mit dem die Sparkasse seit einigen Monaten unterwegs ist: #GemeinsamAllemGewachsen, so lautet der Hashtag, unter dem das Finanzinstitut seine Aktivitäten offiziell bündelt. „Wir bei der Sparkasse glauben an die Kraft der Gemeinschaft. Aus ihr entsteht Rückhalt und Vertrauen. Wir glauben auch: Nur als starke Gemeinschaft meistern wir die Herausforderungen der Gegenwart und der Zukunft. Gemeinschaft kommt nicht von allein, sondern braucht das Engagement aller. Dafür arbeiten wir jeden Tag. Und deshalb sind wir überall präsent, wo Gemeinschaft ist und fördern sie, wo wir können. Ob in der Kultur, im Sport, in Vereinen oder in der Wirtschaft vor Ort. Wir sind häufig nicht nur Förderer, sondern selbst Mitglieder, Sportler, Engagierte, Fans, Enthusiasten. Denn wir sind selbst ein Teil dieser Gemeinschaft“, erläutert Stefan Vander die Beweggründe, die hinter dieser Kampagne stecken.

Die Köpfe der Kampagne sind übrigens „local heroes“: Bekannte Gesichter aus der Region wie etwa Dr. Albert Pauly vom Verein für Heimatpflege e.V. Viersen. „Ich möchte Kunst öffentlich erlebbar machen. Darum bin ich stolz, dass die Skulpturensammlung Viersen nach 30 Jahren heute weltweit bekannt ist – und immer noch wächst. Als Hauptförderer sorgt die Sparkasse seit Beginn der Sammlung mit für die notwendige finanzielle Unterstützung. Dafür bin ich sehr dankbar“, wird Dr. Pauly zitiert. Auch Aline Rotter-Focken vom KSV Germania Krefeld 1892 e.V. und 2014 Weltmeisterin im Ringen, gehört zu den

i #GemeinsamAllemGewachsen

Hier geht es zum aktuellen Image-Film der Sparkasse Krefeld:



Sparkassen-Testimonials: „Ich feiere auch deshalb große sportliche Erfolge, weil ich unter guten Bedingungen trainieren kann. Ermöglicht hat das die Sparkasse Krefeld, und mein ganzer Verein profitiert bis heute davon.“ Dr. Wolfgang Dreßen, Direktor des Zoos in Krefeld, wird wie folgt zitiert: „Ich möchte,

Euro für das Gemeinwohl weitergegeben – beeindruckende Zahlen, die verdeutlichen, dass Vereinsarbeit oder kulturelle Veranstaltungen ohne das Engagement der Sparkasse in diesem Umfang überhaupt nicht möglich wären; deutschlandweit sind die Sparkassen die größten nicht staatlichen Förderer.

Einen weiteren Fokus legt die Sparkasse Krefeld auf die Unterstützung der Schulen im Einzugsgebiet, vor allem durch ihre Schulpatenschaften. Mit ausgezeichneten Materialien für den Unterricht unterstützt der Sparkassen-SchulService seit über 30 Jahren anschauliches und praxisbezogenes Lernen. „Neben dem sicheren Umgang mit Geld- und Finanzdienstleistungen ist dabei zunehmend wichtig, Schüler auf dem Weg in die Arbeitswelt helfend zu begleiten“, betont Stefan Vander. Die seit 2011 wachsende Initiative „Schulpatenschaften der Sparkasse Krefeld. Gut für Bildung und Zukunft“ umfasst eine Vielzahl an Leistungen, die individuell von der Schule gewählt und zusammengestellt werden können. – jfk

„Wir bei der Sparkasse glauben an die Kraft der Gemeinschaft“

Sparkassen-Repräsentant Stefan Vander

dass der Zoo Krefeld für seine Besucher ein Ort der Erholung und Bildung ist. Und ein Refugium für bedrohte Tierarten aus aller Welt. Das geht nur, weil wir nicht allein dastehen. Auf die Hilfe der Sparkasse können wir uns seit vielen Jahren verlassen.“

Sportvereine, Fördervereine von Kindergärten und Schulen oder Altenheime werden von der Sparkasse in der Regel mit Spenden aus dem PS-Zweckertrag unterstützt. „Das machen wir nicht nach dem Gießkannen-Prinzip, sondern wir schauen ganz genau hin, wo gute Vereinsarbeit geleistet wird“, betont der Sparkassen-Repräsentant. Im vergangenen Jahr hat die Sparkasse in Krefeld, im Kreis Viersen und im Geschäftsgebiet Geldern rund 3,1 Millionen PS-Lose verkauft, so dass als Spendenanteil des PS-Sparens über 770.000 Euro für rund 750 Spendenempfänger zusammenkamen. Seit 1977 hat allein die Sparkasse Krefeld rund 19,5 Millionen

IM NETZ

sparkasse-krefeld.de/allemgewachsen

i INFO

Neben Stefan Vander, der schwerpunktmäßig als Repräsentant für das Stadtgebiet Viersen tätig ist, sind für die Sparkasse Krefeld im Kreis Viersen aktiv:

- Bernd Balsen, Region Schwalmtal
- Jochem Dohmen, Region Nettetal
- Marco Jütten, Region Willich
- Thomas Lengwenings, Region Tönisvorst
- Gunnar Nienhaus, Region Kempen

Gewerbeeinheiten für alle Branchen schließen eine Lücke

Ein sprichwörtlich „Großer Bahnhof“ für ein laut Bürgermeisterin Sabine Anemüller „bedeutendes Projekt, das den Standort Viersen stärkt und insbesondere dem Mittelstand als Motor unserer Wirtschaft Flächen anbietet“. Gemeint ist der neue Gewerbepark „MeinWerk“, der ab Herbst an der Greefsallee/Ernst-Moritz-Arndt-Straße entstehen

für kleine mittelständische Unternehmen entstehen. Die MeinWerk Gewerbepark GmbH mit ihren Geschäftsführern Norbert Bienen und Viola Albrecht will auf dem Areal, das sie vom künftigen Nachbarn Bosch bereits erworben hat, dasselbe Konzept verwirklichen, das bereits im Businesspark Fichtenhain in Krefeld erfolgreich und

in einer rekordverdächtigen Bauzeit von knapp einem halben Jahr umgesetzt wurde. Auf den Parzellen entstehen schlüsselfertige und kombinierbare Hallen zwischen 200 und 400 Quadratmetern, die zum Kauf stehen. Die Kaufpreise liegen zwischen 230.000 und rund 500.000 Euro. „Die hohe Nachfrage von kleinen und mittelständischen Unternehmen nach Gewerbegrundstücken und modernen Objekten ab Größen von 200 Quadratmetern kann der Markt im Moment nicht bedienen“, weiß Norbert Bienen. „Mit unserem Angebot, das es in dieser Form noch nicht gab, schließen wir einerseits eine Angebotslücke, andererseits wird Unternehmen die Möglichkeit geboten, beim derzeit noch niedrigen Zinsniveau in Verbindung mit einer Festpreisgarantie Vermögen zu bilden.“

Im Herbst ist der erste Spatenstich für „MeinWerk“, Mitte

2020 sollen die ersten Unternehmen einziehen. Für den ersten von zwei Bauabschnitten gibt es bereits vier Reservierungen: eine von einer Mönchengladbacher Firma, zwei von Viersener Unternehmen und eine von einem IT-Unternehmen aus dem südwestdeutschen Raum. „Die Voraussetzungen für unternehmerische Zukunft sind in Viersen optimal“, betont Bürgermeisterin Sabine Anemüller. „Die hervorragende Verkehrslage und die gute Verfügbarkeit freier und flexibel gestaltbarer Flächen machen unsere Stadt zum perfekten Wirtschaftsstandort.“

wird. Zur Vorstellung des Projekts war Projektentwickler Norbert Bienen mit großem Team von „bienen + partner“ im Viersener Rathaus erschienen. Begrüßt wurden sie neben Anemüller vom (scheidenden) Wirtschaftsförderer Thomas Küppers und seiner Mitarbeiterin Henriette Stieger. Außerdem mit am Tisch: Jürgen Geiger, kaufmännischer Leiter der Firma Bosch, der das Grundstück gehörte, und Burkhard Steil vom zuständigen Architekturbüro Jakobs Architekten.

Auf dem 12.000 Quadratmeter großen Grundstück sollen insgesamt zehn Einheiten

Für den scheidenden Wirtschaftsförderer Thomas Küppers – er verließ die Stadt Ende Mai Richtung Duisburg – war es das letzte große Projekt in seiner Amtszeit: „Das Projekt MeinWerk Viersen ist für uns von herausragender Bedeutung, weil damit Angebotslücken geschlossen werden.“ Gewerbeparks wie diese erfüllten zudem zeitgemäße ökologische und ökonomische Anforderungen, weil sie durch optimierte Bauweise, zentrale Versorgungseinrichtungen und gemeinsam genutzte Verkehrswege dem Anspruch an eine flächenschonende Nutzung gerecht werden. Die Vorteile von MeinWerk Viersen liegen für Projektentwickler Norbert Bienen auf der Hand: „Durch den Erwerb von Eigen-

tum sichern Unternehmer ihre Firma ab, bilden Vermögen und sorgen optimal fürs Alter vor. Die hohe Qualität, Flexibilität und Vielfalt der inneren Gestaltung bietet viele Nutzungsmöglichkeiten. Der Käufer entscheidet, ob er die Fläche als Lager, Werkstatt, Büro oder für Ausstellungszwecke nutzt.“ Somit werden die neuen Gewerbeflächen an der Greefsallee branchenübergreifend für viele Unternehmen interessant, denn der individuelle Ausbau der Einheit nach den Vorstellungen des Eigentümers ist auch in Eigenleistung möglich. „Firmen erhalten bei uns eine solide, wertbeständige Anlage, da aufgrund der hohen Drittverwendbarkeit ein späterer Verkauf oder eine Vermietung an

eine breite Zielgruppe erfolgen kann“, betont Bienen abschließend.

– jfk

KONTAKT

bienen + partner /
MeinWerk Gewerbepark GmbH
Beethovenstraße 40
41061 Mönchengladbach
☎ 0 21 61.82 39 33
@ info@bienen-partner.de
🌐 www.bienen-partner.de



Stellten das Projekt „MeinWerk Viersen“ im Rathaus vor (v. l.): Jürgen Geiger (Bosch), Viola Albrecht (MeinWerk Gewerbepark GmbH), Bürgermeisterin Sabine Anemüller, Norbert Bienen, Thomas Küppers. Foto: Andreas Baum



In Krefeld ist das erste Referenzobjekt von MeinWerk entstanden. Der Verkaufserfolg dort stimmt die Verantwortlichen optimistisch, dass Ähnliches am Standort Viersen gelingen kann.

Foto: bienen + partner

„Marsianer“ leben ihre Fünf Prinzipien



Mars belegt seit Jahren einen Spitzenplatz bei „Deutschlands Beste Arbeitgeber“ und ist ein „Top Arbeitgeber“.

Fotos: Mars



Dr. Hannah Herlemann-Wegener

Bei Mars arbeiten gute Menschen.“ Dr. Hannah Herlemann-Wegener lächelt bei diesem Satz. Sie weiß um die Wucht dieser Worte – was jedoch nicht heißen soll, dass sie nicht wahr sind. Die Produktionsleiterin – „Ich bin zuständig für jedes Balisto, das unser Hause verlässt, und jedes rechte Twix“, erklärt sie mit einem Augenzwinkern und in Anspielung auf den bekannten Twix-Werbespot – erklärt, was sie meint. „Zum einen sind unsere Mitarbeiter fachlich top und sehr professionell in dem, was sie tun. Zum anderen sind der soziale Umgang miteinander, die Kollegialität und die Hilfsbereitschaft bei uns extrem stark ausgeprägt.“

Seit vier Jahren arbeitet Herlemann-Wegener für den amerikanischen Konzern am Standort Viersen, vorher war sie zehn Jahre für ein großes Handelsunternehmen aus der Region tätig. „Irgendwann kam bei mir der Zeitpunkt, dass ich mich dort mit den Werten und wie sie gelebt beziehungsweise nicht gelebt wurden, nicht mehr identifizieren konnte.“ Auf der Suche nach einem neuen beruflichen Umfeld wurde ihr Mars empfohlen, und nach nur einem Gespräch mit der zuständigen Personalerin war für sie der Fall klar. „Ich kann sagen, dass meine Erwartungen an meinen neuen Arbeitgeber nicht nur erfüllt, sondern sogar noch übertroffen wurden!“

Der Grund: Bei Mars sind Mitarbeiter keine Angestellten, sondern „associates“, was man mit „Partner auf Augenhöhe“ übersetzen kann. Die englische Terminologie zieht sich wie ein Roter Faden durch den Mars-Standort am Viersener Industriering und ist natürlich der amerikanischen Tradition des 1911 gegründeten Unternehmens geschuldet. Doch obwohl sich Mars inzwischen zu einem Global Player entwickelt hat – allein in Deutschland erzielte Mars einen Umsatz von rund 1,8 Milliarden Euro – ist er seiner Philosophie als Familienbetrieb treu geblieben. Flache Hierarchien, Entscheidungskompetenz auf allen Ebenen, die beständige Aufforderung an alle Mitarbeiter, sich

mit eigener Meinung ins Unternehmen einzubringen: All' dies ist in anderen Unternehmen weit weniger verbreitet. „Und genau darum macht es allen hier auch Spaß, zu arbeiten“, betont die Produktionsleiterin. Beweis für diese These ist die geringe Fluktuation, die innerhalb der Belegschaft herrscht. Es gibt zudem viele Beispiele, dass die zweite Generation einer Familie ebenfalls bei Mars als Arbeitgeber einsteigt. Und: Schon junge Mitarbeiter erhalten früh viel Verantwortung. Herlemann-Wegener: „Mars glaubt an das Stretch-Prinzip: Mitarbeiter wachsen mit ihren Aufgaben – und oft darüber hinaus.“ Eigene Talente finden und fördern, sei eine der Hauptaufgaben des Managements. Hier ist bei Mars die häufig geforderte Frauenquote längst erfüllt: Vier der elf Abteilungsleiter in Viersen sind weiblich.

Das Herzstück, die Philosophie von Mars sind seine „5 Principles“: Alle Entscheidungen im Unternehmen werden auf Grundlage dieser „Fünf Prinzipien“ getroffen. Sie lauten:

Qualität („Wir geben jeden Tag das Beste für unsere Kunden“), **Verantwortung** („Als Einzelne übernehmen wir aktiv Verantwortung, in einer Unternehmenskultur, die uns dazu ermutigt“), **Gegenseitigkeit** („Wir messen den Erfolg unserer Beziehungen am gemeinsamen Nutzen, denn nur ein solcher ist von Dauer“), **Effizienz** („Wir streben jeden Tag nach maximaler Qualität bei minimalem Verbrauch von Ressourcen“) und **Freiheit** („Wir brauchen Freiheit, um unsere Zukunft selbst zu gestalten – und wirtschaftlichen Erfolg, um diese Freiheit zu bewahren“). „Viele Unternehmen propagieren eigene Werte, ich habe noch nicht erlebt, dass sie auch so konsequent gelebt und umgesetzt werden wie bei Mars“, stellt Hannah Herlemann-Wegener fest. Dazu gehört auch das große soziale Engagement, zu dem sich das Unternehmen zu seinen Standorten, so auch in Viersen seit vielen Jahren freiwillig

verpflichtet. Beispielsweise zugunsten der „Viersener Tafel“, die mit Produkt- und Sachspenden, vor allem aber auch mit dem ehrenamtlichen Einsatz der „Marsianer“, wie sie sich selbst nennen, unterstützt wird. „Für mich gibt es keinen Grund, das Unternehmen Mars zu verlassen, ich habe so viele Möglichkeiten und darf noch so viel lernen“, unterstreicht die 38-jährige abschließend – und so wie sie denken offensichtlich viele ihrer Kollegen... – jfk

IM NETZ

www.mars.de
twitter.com/MarsDeutschland
facebook.com/mars
youtube.com/mars



Am Standort Viersen stellen 350 Mitarbeiter auf 15.000 Quadratmetern täglich zehn Millionen Snacks her.

INFO

Über Mars

Mars Confectionery Supply in Deutschland gehört zum amerikanischen Familienunternehmen Mars Incorporated, einem in mehr als 80 Ländern weltweit tätigen Markenartikelhersteller. Am Standort Viersen stellen 350 Mitarbeiter auf 15.000 Quadratmetern täglich zehn Millionen Snacks her. In den vergangenen Jahren investierte Mars insgesamt im zweistelligen Millionen-Euro-Bereich in Modernisierung und Umwelttechnologien am Standort Viersen. Ziel ist, ab 2040 weltweit an allen Standorten CO2-neutral zu produzieren. 2017 erzielte Mars in Deutschland einen Umsatz von rund 1,8 Milliarden Euro. Mars belegt seit Jahren einen Spitzenplatz bei „Deutschlands Beste Arbeitgeber“ und ist ein „Top Arbeitgeber“.

Jubiläum

40 Jahre Mars am Standort Viersen – dieses stolze Jubiläum feiert das Unternehmen am 29. Juni mit einem großen Familienfest auf dem Gelände am Industriering. Eingeladen sind alle Mitarbeiter mit Familie.

Kempener Kampfansage an die Korrosion



Geschäftsführer Rolf Kater (links): „Wollen unser Dienstleistungspaket weiter ausbauen.“

Wie schütze ich industrielle Anlagen vor Korrosion, Witterung und anderen Einflüssen? Diese Frage stellte sich vor über 60 Jahren Jörgen Svendsen in dem kleinen englischen Örtchen Elland, West Yorkshire. Das, was damals im Kleinen mit der Idee des dänischen Unternehmensgründers von Belzona begann, ist heute zu einem Global Player geworden. Belzona ist weltweit einer der Technologieführer im Bereich industrieller Schutzbeschichtungen und Polymer-Reparaturverbundwerkstoffe. Mit über 100 verschiedenen Produkten, speziell für den Einsatz unter schwierigen Bedingungen und in anspruchsvollen Umgebungen konzipiert, bietet der Konzern Lösungen für eine Vielzahl von Industrien.

Einer der exklusiven Distributoren von Belzona in Deutschland ist die JK Technischer Handel GmbH mit Sitz in Kempen. Vor rund zwei Jahren habe man die Produkte aus dem Hause Belzona in das eigene Portfolio übernommen, erzählt Rolf Kater, Geschäftsführender Gesellschafter von JK. „Unser Vertriebsgebiet erstreckt sich von Nordrhein-Westfalen und Hessen über Rheinland-Pfalz bis ins Saarland.“ Kater und sein Kollege Martin Gebel vom Vertriebsinnendienst brauchten nicht lange, um von der Qualität der Belzona-Produkte überzeugt zu sein: „Belzona ist zu Recht einer der Marktführer, wenn es um effektiven und langfristigen Schutz verschiedenster Materialien, die in der Industrie zum Einsatz kommen, geht“, weiß Gebel.

Arbeitskosten reduzieren, Betriebskosten senken, Arbeitssicherheit erhöhen

Seit Jahrzehnten schafft Belzona dank seines intensiven Forschungs- und Entwicklungsprogramms Lösungen, die die stets steigenden Anforderungen von Industrie und Handel erfüllen. Belzonas zinkreiche Polymerbeschichtungen haben sich mittlerweile zu einer technologisch anspruchsvollen und hochwertigen Produktpalette von Polymersystemen und Instandhaltungslösungen entwickelt, die heute zu den fortschrittlichsten und technisch ausgereiftesten auf dem Markt zählen. Nahe-

zu jede Branche hat Verwendung für die Materialschutz-Produkte, betont Rolf Kater: „In den meisten Industriezweigen herrschen extreme Umgebungsbedingungen, die zu Erosion, Korrosion und Sachschäden führen. Daraus resultieren Stillstandszeiten, Leistungsnachteile, Gewinnausfälle und Sicherheitsrisiken.“ Probleme, die mit Produkten aus dem Hause Belzona kosteneffektiv minimiert oder ganz beseitigt werden: „Arbeitskosten werden reduziert, da keine Demontage der Maschinen und Anlagen vonnöten ist und Heißenarbeiten wie Schweißen vermieden werden. Betriebskosten werden aufgrund der erhöhten Verfügbarkeit der Anlagen gesenkt, und die Arbeitssicherheit wird durch die Verwendung von vor Ort kaltaushärtenden, VOC-freien Werkstoffen erhöht“, zählt Martin Gebel auf.

Die JK Technischer Handel GmbH versteht sich dabei nicht nur als Anbieter von Belzona-Produkten, sondern als Partner der Unternehmen. „Wir bieten das komplette Dienstleistungspaket rund um das Produkt an“, erläutert Gebel. „Wir stehen als technischer Berater in Bezug auf die Verwendung der verschiedenen Schutzbeschichtungen gerne zur Verfügung. Auf Wunsch führen wir auch Schulungen der Unternehmensmitarbeiter durch, um eine korrekte und damit effektive Anwendung sicher zu stellen.“ Kater ergänzt: „Unser Dienstleistungspaket wird immer stärker nachgefragt, und wir sind bestrebt, dieses Segment weiter auszubauen.“ Auch wenn seine Firma im Auftrag von Belzona in vier Bundesländern unterwegs ist, hat der Geschäftsführende Gesellschafter vor allem die Betriebe in der hiesigen Region im Fokus: „Hier in Kempen, im Kreis Viersen, aber auch im Raum Mönchengladbach gibt es zahlreiche industrielle Unternehmen, die mit Sicherheit Verwendung für die Produkte aus dem Hause Belzona haben. Diese Potenziale zu heben, wird in den nächsten Monaten unsere Aufgabe sein“, betont Rolf Kater. Wer Informationen zu diesen oder anderen Produkten aus dem JK-Portfolio hat, kann sich für ein unverbindliches Gespräch jederzeit bei dem Kempener Unternehmen melden. – jfk



Vertriebsmitarbeiter Martin Gebel hat den Überblick über mehr als 100 Belzona-Produkte, die die JK Technischer Handel GmbH vertreibt.

Fotos: Andreas Baum

i INFO

Mit seinen Produkten für Wiederaufbau, Reparatur und Instandhaltung von Maschinen, Anlagen, Ausrüstung, Gebäuden und Bauten ist Belzona in einer Vielzahl verschiedener Industrien tätig, einschließlich der Energiewirtschaft, Öl- und Gasindustrie, Wasser-/Abwasserbranche und Gebäudeinstandhaltung. Belzonas internationaler Unternehmenssitz sowie die Forschungs- und Entwicklungslaboratorien sind heute in Harrogate (Großbritannien) beheimatet. Weitere Geschäftsstellen befinden sich in Miami (USA) und Chonburi (Thailand). Das globale Vertriebsnetz umfasst mehr als 140 Vertragshändler in 120 Ländern.

→ KONTAKT

JK Technischer Handel GmbH
Industriering Ost 74
47906 Kempen
☎ 0 21 52.14 45-70
☎ 0 21 52.14 45-33
@ info@jk-adhesives.de
🌐 jk-adhesives.de



Hier geht es zum Artikel
über JK aus 10/2018



Freuen sich über ihre neue Kooperation (v. l.): Marius Bloemers, André Molls, Henri Haardt und Michael Molls.

Foto: Andreas Baum

Gesucht und gefunden!

Wie heißt es so schön bei frisch Verliebten: Sie haben sich gesucht und gefunden...! Von einer solchen Emotionalität sind die Molls GmbH aus Willich und „Börgmann & Bloemers“ aus Moers sicherlich ein Stück weit entfernt, der Slogan „gesucht und gefunden“ gilt jedoch zweifelsfrei auch für diese beiden Unternehmen. Molls, ein unabhängiger Messdienstleister, und die Versicherungsexperten von Börgmann & Bloemers sind Anfang des Jahres eine Kooperationspartnerschaft eingegangen. „Wir haben uns zufällig bei einem gemeinsamen Kunden in Duisburg kennen gelernt“, erzählt Marius Bloemers, Kundenberater bei Börgmann & Bloemers. „Dabei haben wir schnell festgestellt, dass sich nicht nur unsere Zielgruppen überschneiden, sondern wir teilen auch dieselbe Firmenphilosophie“, ergänzt André Molls, zusammen mit seinem Bruder Michael Geschäftsführer der Molls GmbH. „Genau wie Börgmann & Bloemers sind wir ein inhabergeführtes Unternehmen. Die persönliche

Bindung und das Vertrauen unserer Kunden sind die Maßstäbe, an denen wir den Erfolg unserer Arbeit messen lassen“, betont Michael Molls.

Im Jahr 2001 wurde Börgmann & Bloemers gegründet, seit 2007 ist die Versiche-

„Wir teilen dieselbe Philosophie“

André Molls

rungsagentur für die Continentale tätig. Das Team umfasst fünf Kundenberater, zwei Auszubildende sowie drei Mitarbeiter im Innendienst. „Die Nähe zum Kunden und ein umfassender Servicegedanke als gemeinsame

Werte sind die Basis, auf der wir partnerschaftlich mit der Molls GmbH zusammenarbeiten“, sagt Kundenberater Henri Haardt. Künftig sollen gemeinsame Kunden aus der Wohnungswirtschaft von dieser „geballten Ladung“ Kompetenz profitieren. „Bei beiden Unternehmen stehen den Kunden persönliche Ansprechpartner jederzeit zur Verfügung. Der direkte Draht zu unseren Kunden ist etwas, was uns beiden enorm wichtig ist“, unterstreicht André Molls. „Wir bündeln unsere jeweilige Expertise zu einem gemeinsamen Dienstleistungspaket, was eine schnelle Abwicklung durch kurze Entscheidungswege garantiert“, erklärt Michael Molls.

Mit der neuen Partnerschaft mit Börgmann & Bloemers geht die rasante Entwicklung des Willicher Unternehmens auch in diesem Jahr weiter. Erst vor zweieinhalb Jahren gegründet, hat sich die Molls GmbH in Windeseile einen hervorragenden Ruf als kompetenter Messdienstleister und Spezia-

list für die Erstellung von rechtssicheren Heiz- und Betriebskostenabrechnungen erarbeitet. Die goldrichtige Entscheidung von André und Michael Molls: Sie haben den Bedarf nach einem Messdienstleister erkannt, der nicht auf Massenabfertigung, sondern auf Kundennähe und Service setzt. „Unsere Kunden schätzen vor allem den persönlichen Draht zu uns und die direkten Ansprechpartner, die sie bei uns haben. Im Vergleich zu anonymen Großunternehmen, bei denen Kunden bei Fragen oder Beschwerden erst einmal in einem Call-Center landen oder online ein formloses Kontaktformular ausfüllen müssen, können wir mit unserem Servicegedanken punkten“, betont Michael Molls.

Zum Kundenkreis der Molls GmbH zählen Hausverwaltungen, Wohnungsbaugesellschaften und private Hauseigentümer. „Unser Kundenstamm ist binnen der vergangenen zwei Jahre extrem stark gewachsen. Kurz- bis mittelfristig streben wir weiteres Wachstum an, aber unbedingt auf eine ge-

sunde Art und Weise. Darüber hinaus ist es uns ein Anliegen, technische Neuerungen und Innovationen frühzeitig zu erkennen und unseren Kunden zeitnah als ausgereifte Dienstleistung zur Verfügung zu stellen“, unterstreicht André Molls. Die Kooperation mit der Versicherungsagentur Börgmann & Bloemers ist dabei ein wichtiger Baustein auf dem Weg zu weiterem Wachstum; gegen-

seitige Empfehlungen sollen dies auf beiden Seiten beschleunigen. „Für uns hat die Kooperation schon jetzt einen erfreulichen Mehrwert gebracht, zum Beispiel in Form neuer Kundenkontakte. Umgekehrt geht es unseren Partnern von Börgmann & Bloemers ähnlich“, weiß André Molls. Weitere gemeinsame Projekte für die Zukunft sind bereits in Planung. – jfk

KONTAKT

Molls GmbH
Lerchenfeldstraße 111
47877 Willich
☎ 0 21 56.49 25 03 0
☎ 0 21 56.49 25 03 9
@ info@molls.eu
🌐 www.molls.eu

KONTAKT

BÖRGMANN & BLOEMERS GMBH
Im Moerser Feld 1
47441 Moers
☎ 0 28 41.9 01 90
@ info.boergmann-bloemers@continental.de
🌐 www.boergmann-bloemers.de

GWG

Gemeinnützige Wohnungsgesellschaft für den Kreis Viersen AG

Gutes Wohnen Garantiert

Wir bauen Mietwohnungen
in guter Lage und attraktiver Architektur,
modern und mieterfreundlich.

Wir vermieten 4.583 Wohnungen
im Geschäftsgebiet
modernisiert, renoviert und preiswert.

Wir bieten „Wohnen mit Service“
dem Alter angemessen, mit hohem
Wohnkomfort und Leistungen nach Wahl.

Ihre GWG –
aktiv im Kreis Viersen,
in Krefeld, Geldern
und Meerbusch.

Willy-Brandt-Ring 17
41747 Viersen
Telefon: 0 21 62/5780-0
www.gwg-kreis-viersen.de
info@gwg-kreis-viersen.de



Sonntag
7. JULI 2019
28. Niederrheinischer
RADWANDERTAG
Die kulturelle Radtour an Rhein und Maas

NIEDERRHEIN

SO GUT. SO WEIT.





Broschüre und Infos: Niederrhein Tourismus GmbH, Willy-Brandt-Ring 13,
41747 Viersen, Telefon +49(0)2162-817903, info@niederrhein-tourismus.de
niederrhein-tourismus.de/radwandertag



Laut Gewerbeabfallverordnung müssen Baufirmen Papier, Glas, Kunststoffe, Metalle und organische Abfälle getrennt entsorgen.

Fotos: EGN

Baustellenentsorgung als Kernkompetenz

Um Neues entstehen zu lassen, muss Altes weichen.“ Harald Genzen, Vertriebsmitarbeiter bei der EGN Entsorgungsgesellschaft Niederrhein mbH, wird beinahe philosophisch, wenn es um einen Geschäftszweig geht, den er mitverantwortet: den Abbruch, Rückbau und die Sanierung auf – meist innerstädtischen – Baustellen. „Das Thema Baustellenentsorgung gehört seit jeher zu den Kernkompetenzen der EGN“, ergänzt Markus Coppus, Prokurist und Leiter Vertrieb bei dem Viersener Entsorgungsunternehmen.

Heute ist die EGN in der Region einer der größten Experten auf diesem Gebiet und kann ihren Kunden ein umfangreiches Dienstleistungspaket anbieten. „Ob Klein- oder Großbaustelle, wir haben für jede Baustellengröße das optimale Entsorgungssystem. Wir erstellen unseren Kunden ein umfassendes Abfallwirtschaftskonzept, das alle Vermeidungs- und Verwertungspotenziale ausschöpft und langfristige Entsorgungssicherheit bietet. So können diese sicher sein, dass alle anfallenden Abfälle und Wertstoffe

einer gesetzeskonformen und ordnungsgemäßen Verwertung oder Entsorgung zugeführt werden“, betont Coppus.

Urban Mining: identifizieren, quantifizieren, bilanzieren

Der Bereich Baustellenentsorgung ist neu deutsch auch unter dem Begriff „Urban Mining“ (englisch für Bergbau im städtischen Bereich) bekannt und bezeichnet die Tatsache, dass eine dicht besiedelte Stadt eine riesige „Rohstofflagerstätte“ ist. Bei der Baustellenentsorgung werden alle vorgefundenen Rohstoffe identifiziert, die darin enthaltenen Sekundärrohstoffe quantifiziert und Wirtschaftlichkeitsberechnungen vor dem Hintergrund der erzielbaren Erlöse angestellt. „Schrott verarbeitet die Industrie seit Jahrzehnten immer wieder zu neuem Metall. Auch aus Bauschutt entsteht erneut Material für andere Bauzwecke. Seit Jahren recycelt werden außerdem Glas, Papier und Kunststoff“, erläutert Harald Genzen. „Laut der Gewerbeabfallverordnung müssen Baufirmen

Papier, Glas, Kunststoffe, Metalle und organische Abfälle getrennt entsorgen. Unsere Mitarbeiter beraten hier fachgerecht auch gerne vor Ort und erstellen ein maßgeschneidertes Entsorgungskonzept für jeden Baustellen-typ“, sagt Markus Coppus.

Die EGN ist in dieser Sparte nicht alleine unterwegs, sondern hat ein Netzwerk aus starken Partnern aufgebaut. Die jüngsten „Neuverpflichtungen“ in dieser Hinsicht sind die beiden eng zusammenarbeitenden Unternehmen D & H Baustoff Verwertungs-GmbH mit Sitz in Kamp-Lintfort und die Jochims Transport GmbH mit Sitz in Kerken, mit der das Viersener Unternehmen seit Jahren zusammenarbeitet und die es nun erworben hat. „Wir pflegen weiterhin enge Kooperationen zu anderen Dienstleistern. Im Falle dieser beiden Firmen hat es Sinn gemacht, mit ihnen unser internes Portfolio zu erweitern“, erklärt der EGN-Prokurist. Das bestätigt EGN-Geschäftsführer Reinhard Van Vlodrop. „Nachhaltiges, wertorientiertes Wachstum ist ein wesentliches Strategieziel

der EGN. Den Erwerb des Unternehmensverbundes, der am Niederrhein als Komplettanbieter für Baustellenversorgung und Baustellenentsorgung agiert, sehen wir als große Chance, die EGN weiter zu entwickeln.“ Sein Geschäftsführer-Kollege Pierre Vincent ergänzt: „In unserer gesamten Entsorgungsregion können wir nun noch besser Verwertungs- und Transportkapazitäten im Bereich von Bauschutt, Boden und Baumischabfall anbieten. Die erworbenen Anlagen und Transportkapazitäten sowie Standorte ergänzen unser bisheriges Leistungsspektrum optimal.“ Der Unternehmensverbund aus zwei rechtlich selbständigen Unternehmen bietet durch die enge Verzahnung von Logistik, Aufbereitung/Verwertung, Vermarktung und Handel für ihre Kunden Full-Service-Pakete an. Beide Unternehmen sind seit Mitte der 90er Jahre aktiv, arbeiten seit vielen Jahren erfolgreich zusammen und beschäftigen rund 130 Mitarbeiter.

Die Übernahme ist in den Augen von Markus Coppus auch deshalb sinnvoll, weil die

Nachfrage nach diesem Dienstleistungssegment kontinuierlich zunimmt. „Der Sanierungsbedarf in Deutschland ist groß, der Bau-Boom hält unvermindert an. Für alle Unternehmen, die Projekte in NRW planen, stehen wir als kompetenter Dienstleister gerne zur Verfügung“, bekräftigt der Vertriebsleiter zum Abschluss. – jfk



Prokurist Markus Coppus



Harald Genzen, Mitarbeiter Vertrieb

INFO

Die **D & H Baustoff Verwertungs-GmbH** hat ihren Firmensitz in Kamp-Lintfort. Auf einem 60.000 Quadratmeter großen Gelände bereitet sie Baurestoffe für das Recycling auf. Die dadurch gewonnenen Baustoffe vermarktet das Unternehmen als Sekundärrohstoff im Straßenbau. Als Expertin für Entsorgungs- und Logistikaufgaben ist die **Jochims Transport GmbH** Partner von Unternehmen aus den Geschäftsbereichen Abbruch/Rückbau, Sanierung, Tiefbau und Kanalbau sowie Garten- und Landschaftsbau. Mit rund 70 Sattelkippern bedient das Unternehmen Baustellen in ganz NRW. Ein wesentlicher Teil der Flotte wird über den Firmensitz in Kerken gesteuert.

KONTAKT

EGN Entsorgungsgesellschaft
Niederrhein mbH
Greefsallee 1-5
41747 Viersen
☎ 0 21 62.376-47 88
@ info@egn-mbh.de
🌐 www.entsorgung-niederrhein.de

Seite an Seite mit der Privatwirtschaft

Die GWG, die Gemeinnützige Wohnungsgesellschaft für den Kreis Viersen, blickt auf ein erfolgreiches Jahr 2018 zurück. Stark in den Mittelpunkt gerückt ist die Digitalisierung – immer im Sinne der Mieter. „Wir blicken auf eine sehr zufriedenstellende Entwicklung“, zeigt sich Günter Werner, Vorsitzender des Aufsichtsrates der GWG, erfreut über den Jahresbericht, den die Wohnungsgesellschaft nun vorlegen konnte. Die GWG weist für 2018 einen Bilanzgewinn von rund 2,8 Millionen Euro aus, die Bilanzsumme stieg um 10,2 Millionen Euro auf insgesamt 190,2 Millionen Euro. Möglich wurde die Steigerung durch die Nutzung diverser Förderprogramme und viele Neubauprojekte. Von den 310 Wohnungen, die aktuell von der GWG gebaut werden, sind 70 Prozent öffentlich gefördert, 30 Prozent frei finanziert. Der Neubausektor wird für die GWG auch künftig ein Investitionsschwerpunkt bleiben – insbesondere im Bereich öffentlich geförderten Wohnraums, um dem Mangel an bezahlbarem Wohnraum entgegenzuwirken. Nicht in Vergessenheit gerät dabei jedoch, in den Bestand zu investieren. Aktuell befinden sich 4.583 Wohnungen im Bestand der GWG.

Dies honorieren auch die Mieter der GWG, die durchschnittlich elf Jahre in den Wohnungen der Gesellschaft leben – dies entspricht einer Fluktuationsquote von 9,5 Prozent. „Die Spanne reicht hier von Menschen, die nur zwei bis vier Jahre bei uns bleiben bis zu denen, die uns seit 40 Jahren die Treue halten“, weiß Vorstand Michael Aach. Die Mieter wissen außerdem zu schätzen, dass die Durchschnitts-Nettokaltmiete in GWG-Wohnungen bei 5,27 Euro liegt – häufig jedoch auch unter diesem Wert. „Wir reizen den Markt nicht nach oben aus“, be-

„Für uns zählt ein gutes Miteinander“

GWG-Vorstand Michael Aach

tont Michael Aach, „wir orientieren uns an Gehaltsentwicklungen und passen die Mieten nur sehr moderat an – zuletzt um zwei Prozent. Wir möchten so dämpfend auf den Markt einwirken.“ Dies bedeute jedoch nicht, dass man in Konkurrenz mit Privatinvestoren treten möchte. „Wir möchten der Privatwirtschaft nicht vorgreifen. Für uns zählt ein gutes Miteinander, wir sehen uns Seite an Seite mit Privatgebern“, versichert Aach.

Perfektes Beispiel dafür ist das Gemeinschaftsprojekt, das die GWG aktuell gemeinsam mit dem Bauverein Meerbusch eG sowie einem Privatinvestor verwirklicht. Unter der Bezeichnung „Wohnen am Schackumer Bach zwischen Rheinaue und Wald“ entstehen 100 Wohneinheiten. Der Bau von 66 Einheiten dieses Projekts fällt in die Verantwortung von GWG und Meerbuscher Bauverein. Wiederum 59 davon werden mit Mitteln des Landes NRW öffentlich gefördert. Ziel ist es, laut GWG, mit diesem Großprojekt einen Beitrag zur Behebung des Wohnungsmangels und zur Steigerung der Attraktivität in der Stadt Meerbusch zu leisten.

Die GWG hat die Digitalisierung als Wohntrend der Zukunft erkannt. Bereits 2010 wurden 2.200 Wohnungen mit Multimedia-Leitungen ausgestattet. „Damals war das Luxus, heute ist es eine Notwendigkeit“, weiß Landrat Dr. Andreas Coenen, Vorstand der GWG. Neuester Service der Wohnungsgesellschaft ist die hauseigene App „Meine GWG“. Über dieses Portal können Mieter Schadensmeldungen durchgeben, aber auch ihre Vertragsdaten ändern.

Aktuell sind bereits 400 Mieter angemeldet, insgesamt 4.500 Kundenhaushalte sind eingeladen, das neue Angebot zu nutzen. „Für den Anfang sind wir zufrieden“, erklärt

„Damals waren Multimedia-Leitungen Luxus, heute sind sie eine Notwendigkeit“

Landrat Dr. Andreas Coenen



GWG-Vorstand Michael Aach

Fotos: Archiv/Baum

Landrat Coenen und zeigt sich optimistisch: „Wir glauben, dass die Mieter schnell den Nutzen erkennen werden.“ Mit der App soll jedoch keinesfalls der persönliche Kontakt zwischen Mietern und GWG ersetzt werden. „Wir möchten den Mietern einen Service anbieten, der Abläufe bequemer macht“, so Dr. Andreas Coenen.

Die „persönliche Note“ der GWG zeige sich auch im Verhältnis zwischen Mietern und GWG-Mitarbeitern, die so passgenau neue Mieter für freie Wohnungen finden, die sich möglichst gut in die bestehende Gemeinschaft einfügen. In Planung ist aktuell, virtuelle Wohnungsbesichtigungen anzubieten. Erprobt werden gerade außerdem digitale Schlüsselcodes. Bei einer Leerstandsquote von nur 2,5 Prozent – in der Leerstände wegen Sanierung oder Abriss bereits enthalten sind – konnte die GWG im vergangenen Jahr rund 1.500 Wohnungsbewerbungen verzeichnen, im ersten Quartal 2019 sind es bereits 392.

Die positive Entwicklung hofft die GWG auch in den kommenden Jahren fortführen zu können. Sie weiß aber auch, dass sie an Grenzen stößt. Gleichmaßen was das Finanzvolumen anbetrifft wie auch personell – die Bauabteilung laufe bereits seit Jahren unter Hochlast. „Wir würden gerne aufstocken, die Bewerberdecke ist nur leider sehr dünn“, stellt Michael Aach bedauernd fest. Die Auftragsbücher der Handwerker seien ebenfalls bereits bis Ende des Jahres voll. – ysl

→ KONTAKT

Gemeinnützige Wohnungsgesellschaft für den Kreis Viersen AG
Haus der Wirtschaft
Willy-Brandt-Ring 17
41747 Viersen
☎ 02162.57 80-0
@ info@gwg-kreis-viersen.de
🌐 www.gwg-kreis-viersen.de



Landrat Dr. Andreas Coenen

Scan Dich ins EGN-Team*

* Scanne den QR-Code und werfe einen Blick in die EGN-Werkstatt in Viersen. Schau unseren KFZ-Mechatronikern bei ihrer Arbeit über die Schulter.



Wir haben Dein Interesse geweckt?
Bewirb Dich jetzt und komme in unser Team!

T 02162.376 2197 | personal@egn-mbh.de

www.entsorgung-niederrhein.de



Entsorgungsgesellschaft Niederrhein mbH



Albertos Herz im Herzen Gladbachs

Das Ambiente des Showrooms. Der zeitgemäße Material-Mix. Die Liebe zum Detail bei der Dekoration. Die akkurat zusammengelagerten Jeans, die millimetergenau übereinander gelegt sind. Ein Besuch im Concept Store von Alberto auf der Hindenburgstraße ist stets auch ein kleines Fest für die Sinne. Im Oktober 2016 eröffnete der Hosen-Spezialist in seiner Heimatstadt den ersten Store dieser Art. „Geplant war dies schon länger, wir hatten nur auf den richtigen Zeitpunkt gewartet“, sagt Marco Lanowy, als teilhabender Geschäftsführer von Alberto zuständig für die Bereiche Retail, Vertrieb und Marketing. Und dieser war vor knapp drei Jahren gekommen, weil schon damals die Aufbruchstimmung in der Vitusstadt spürbar war. Heute ist diese dank vieler (baulicher) Projekte, die in den kommenden Jahren in Mönchengladbach umgesetzt werden, noch mehr gelebt. Mutige Projekte wie dieses von Alberto haben dazu beigetragen. „Wir als Gladbacher Unternehmen haben immer an diesen Standort geglaubt. Und wir waren die ersten, die im Bereich der oberen Hindenburgstraße mit der Eröffnung des Concept Stores ein Zeichen gesetzt haben. Wir wollten das Alberto-Herz

in das Herz der Stadt bringen“, lächelt Lanowy.

Denn: Das kreative „Alberto-Herz“ pulsiert heute wie damals in Mönchengladbach, genauer an der Rheydter Straße, wo der Hauptsitz von Alberto beheimatet ist. Hier entsteht jeder Schnitt, jedes Muster, jeder Entwurf für eine neue Kollektion. „In unserem Store machen wir die Marke Alberto erleb- und begehbar“, betont Store-Manager Patrick Lanowy. Dieser ist übrigens nicht auf sanften Druck seines Vaters ins Unternehmen eingestiegen, sondern aus Überzeugung – wurde vom Papa aber doch subtil auf die richtige Schiene gesetzt. „Er hat mir in der Planungsphase immer von der Idee des Concept Stores erzählt und schnell gemerkt, dass ich dafür Feuer und Flamme bin. Er hat mich aber so lange zappeln lassen, bis ich gefragt habe, ob ich da nicht mit einsteigen könnte“, lacht Lanowy junior.

Pants, Gin und Schmuck

Heute wollen er und sein Team vor allem eins: Ihren Kunden ein besonderes Shopping-Erlebnis schenken. Das stylische Verkaufsflächen-Design ist dabei das eine, die ergänzende Produktpalette das andere. So ist bei

Alberto edler Gin aus dem Hause „Wegesrand“, einer Gladbacher Manufaktur erhältlich. Wer seine Jeans mit einem besonderen Schmuckstück kombinieren will, wird vielleicht in der Auslage von „Yakamozz“ fündig, wo es Ketten, Ringe, Armbänder und Ohringe gibt. Design werden sie auf Bali – aber natürlich von zwei jungen Gladbacherinnen, die sich im Urlaub in die indonesische Insel verliebten und dort schließlich ihr eigenes Schmuck-Label gründeten.

Es sind Geschichten wie diese, von denen Alberto-Stammkunden und solche, die es nach ihrem ersten Besuch dort werden, so angetan sind – und natürlich vom Sortiment, bei dem, angefangen von der gefragten Business-Hose und der kultigen Raw Denim-Jeans über spezielle Bike- und Hiking-Hosen bis hin zur modischen Golf-Pants, für jeden etwas dabei ist.

Apropos Bike, Golf & Co.: Mit der Kombination von schickem Design, hohem Tragekomfort und Funktionalität erobert Alberto seit über zehn Jahren auch die Welt des Sports. 2004 hat das Mönchengladbacher Familienunternehmen, in das bereits die vierte Generation eingebunden ist, auf spezielle Anfrage des Golf-Profis Alex Cejka eine Golf-Kollektion

entwickelt und erfolgreich am Markt etabliert. „Im Segment moderner Golf-Hosen sind wir inzwischen Marktführer“, bemerkt Marco Lanowy nicht ohne Stolz. Ein weiteres Erfolgsprodukt aus dem Hause Alberto ist eine Hose, speziell abgestimmt auf die Bedürfnisse von Radfahrern. Eine wasser- und schmutzabweisende Beschichtung, ein hoher Stretchanteil für angemessenen Trage- und Bewegungskomfort sowie Reflektoren an den Gesäßtaschen und Hosenaufschlägen sind die Merkmale dieses speziellen Produkts.

Übrigens: Wer in die Alberto-Welt eintauchen und mehr über Produkte, Kollektionen und Unternehmensgeschichte wissen will, der muss dazu nicht googeln, sondern kann im Concept Store einfach „Alexa“ fragen. „Einen Sprach-Assistenten in den Store zu integrieren, war zugebenermaßen meine Idee. Ich bin ziemlich technik-affin – manche sagen auch technik-verrückt“, lächelt Marco Lanowy. „Bei unseren Kunden kommt Alexa gut an.“ Auch das ist also Alberto: Offen für Neues und offen für die Welt von morgen.

– jfk

IM NETZ

www.alberto-pants.com



Das Alberto-Team im Concept Store auf der Hindenburgstraße (v. r.): Marco Lanowy, Shonell Neuß, Patrick Lanowy und Bastian Beicht.
Foto: Andreas Baum

Nettetal-West: Der perfekte Standort für Ihr Unternehmen



Stadt Nettetal
Unternehmensservice
Tel. +49 2153 898-8080
unternehmensservice@nettetal.de
www.nettetal-west.de



Ihr Platz zum Wachsen Gewerbegebiet Nettetal-West

5.000 bis 40.000 qm² sofort verfügbar
10 Gbit/s - Glasfaseranschluss FttB
Eigener Autobahnanschluss A61/A74 (NL)
Niedrigste Gewerbesteuer im IHK-Bezirk



Nettetal
SEEN. STADT. UND MEHR.

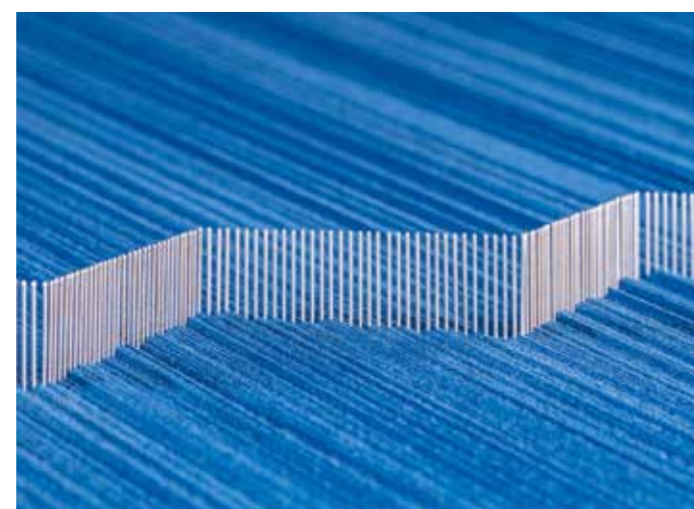
Die textile Welt ist bunt – und anspruchsvoll

Wenn sich ein Maschinenbauer seit vielen Jahren auf eine Textil-Recruiting-Messe „verirrt“, kann das kein Zufall sein. Die A. Monforts Textilmaschinen GmbH & Co. KG gehört seit der ersten Stunde zu den Ausstellern und somit zu den Unterstützern von MG ZIEHT AN, eine der – oder inzwischen vielleicht die – wichtigste Recruiting-Messe für Unternehmen, die textilen Nachwuchs suchen. Die jüngste Auflage ging Mitte April auf dem Campus der Hochschule Niederrhein über die Bühne. Nun steht Monforts nicht im Verdacht, die Mode von morgen zu kreieren, aber der traditionsreiche Textilmaschinenhersteller sorgt weltweit dafür, dass Textilien die gewünschte Form und Farbe annehmen können. Die Messe MG ZIEHT AN ist dabei für Monforts ein wichtiges Format, um talentierte junge Mitarbeiter zu finden – und nebenbei mit Klischees aufzuräumen. „Viele junge Leute wissen gar nicht, wie vielfältig ein Job in der Textil-



gerne genannt habe, auch nicht mehr aktuell. Dank der technischen Entwicklung, beispielsweise in Form von Augmented Reality, können heutzutage viele Probleme via Fernwartung gelöst werden.“

Wenn also nicht zwangsläufig einen Reisepass, dann aber doch ein hohes Maß an technischem Verständnis mit textilem Background ist das, was ein junger neuer Mitarbeiter bei Monforts mitbringen sollte. Die Chancen für qualifizierte Nachwuchskräfte, bei einem der Weltmarktführer im Textilmaschinenbau zu bekommen, sind derzeit gut wie lange nicht. Monforts vollzieht derzeit einen Generationenwechsel und ist auf der Suche nach jungen Menschen, die das Unternehmen beim Verjüngungsprozess in die Zukunft begleiten wollen. Mit ihrer Teilnahme bei MG ZIEHT AN hat Monforts bislang ausnahmslos gute Erfahrungen gemacht. „Wir waren überrascht, wie groß die Resonanz auf unsere Vorträge bei der Messe waren“, sagt Heinrichs. „Zudem



branche heutzutage ist, erst recht nicht bei einem Maschinenbauer“, sagt Hans Gerhard Wroblowski, Produktmanager bei Monforts. Wer sich mit Wroblowski unterhält, dem fällt es schwer, nicht dieselbe Begeisterung für die textile Welt von heute und morgen zu entwickeln. Seit seinem 15. Lebensjahr ist der 56-jährige in dieser Branche tätig; für Monforts reist er seit Jahren zu Kunden in aller Welt. „Ich liebe es, unsere Kunden, die rund um den Globus verstreut sind, zu besuchen und sie bei Fragen zu unseren Textilmaschinen zu unterstützen. Besonders Indien hat es mir angetan. Mir beziehungsweise uns bei Monforts ist aber bewusst, dass ein Job, der mit einem hohen Reiseaufwand verbunden ist, nicht etwas für jeden ist.“ Glücklicherweise, ergänzt Monforts-Prokurist Klaus A. Heinrichs, seien die Zeiten, in denen mögliche Problemstellungen nur persönlich vor Ort beim Kunden zu lösen waren, längst vorbei. „Deshalb ist unsere Suche nach dem Jungen Mann zum Mitreisen“, wie ich potenzielle neue Mitarbeiter

konnten wir bei MG ZIEHT AN schon einige junge Mitarbeiter rekrutieren.“ Jüngstes Beispiel ist Junior-Textiltechnologe Jonas Beisel, der sich bei Monforts der Weiterentwicklung ökonomischer und ökologischer Textilveredlungsprozesse widmet (siehe *Wirtschaftsstandort Mönchengladbach* 12/2018).

Die Textilbranche ist eine Wachstumsbranche, sowohl im klassischen Bekleidungssegment als auch hinsichtlich der technologischen Entwicklung. So lange die Bevölkerungszahl auf der Erde stetig steigt, wird es Nachfrage nach Textilien geben. Noch immer macht Bekleidung rund 70 Prozent des Textilmarkts aus, das Segment der technischen Textilien wächst jedoch immer mehr. „Funktionalität wie atmungsaktive Stoffe oder strapazierfähige Materialien für robuste Berufsbekleidung werden immer stärker nachgefragt. Darauf müssen wir als Textilmaschinenbauer reagieren, uns ständig dem Zeitgeist anpassen und Lösungen für alle Anforderungen rund um Textilien finden. Das bedeutet jeden Tag eine neue Herausforderung“, unterstreicht Klaus A. Heinrichs. Entlang der gesamten textilen Wertschöpfungskette wird neben der Frage, was produziert wird, das „Wie“ immer wichtiger. Umweltschutz, Nachhaltigkeit und ressourcenschonende Produktionsprozesse bekommen eine immer größere Bedeutung. „Für die Herstellung von einem Kilo Baumwolle werden immer noch 30 Kubikmeter Wasser benötigt. Es ist klar, dass hier nach Lösungen gesucht wird, um den Aufwand zu minimieren“, erläutert Wroblowski. Chemiefasern oder die Verbindung von textilen

Garnen mit Carbonfasern sind hier bereits existierende Lösungsansätze, die immer populärer werden.

„Wir suchen laufend Verfahrens- und Prozesstechniker sowie Maschinenbauer mit textilem Hintergrund“, sagt Monforts-Produktmanager Hans Gerhard Wroblowski. „Grundsätzlich kann man sich bei uns aber ganzjährig bewerben: für einen Job, eine Ausbildungsstelle oder um Unterstützung für eine Master- oder Bachelorarbeit zu finden, sofern es in unsere Firmen- und Produktstrategie passt“, ergänzt Klaus A. Heinrichs abschließend. – jfk



Hans Gerhard Wroblowski Fotos: Monforts

IM NETZ
www.monforts.de

WAS IST IHRE IMMOBILIE WERT?

Erfahren Sie mit wenigen Klicks einen ersten Richtwert.

www.immowert-carstensen.de



Durchschnittliche jährliche Preisveränderung in MÖNCHENGLADBACH **+8%**



ERMITTELN SIE KOSTENLOS DEN WERT IHRER IMMOBILIE



Lützowstraße 3 · 41061 Mönchengladbach · Telefon 02161-828144 · immobilien-carstensen.de



Der Taschensorter AIRTRAX Pocket von Vanderlande wurde speziell konzipiert, um die Anforderungen des weiter boomenden Omnichannel-Handels zu bedienen.

Foto: Vanderlande

Gesucht & gefunden: Vanderlande & Zalando

Vanderlande und Zalando – das passt! Vanderlande, weltweit einer der führenden Generalunternehmer für Lösungen in der Prozessautomation im Lagerbereich, und Zalando, Europas größte Online-Plattform für Mode, arbeiten bereits seit Jahren effektiv und erfolgreich zusammen. Erst vor kurzem hat Zalando in Brunna in der Nähe von Stockholm ein neues Logistikzentrum eröffnet –

„AIRTRAX Pocket eignet sich vor allem bei Warensortimenten, die schnell wachsen und sich häufig ändern“

Dr. Wolfgang Schwarzer, Senior Manager
Vanderlande Mönchengladbach

und dabei erneut auf die Technologie aus dem Hause Vanderlande gesetzt. Das niederländische Unternehmen, das seinen Deutschland-Sitz in Mönchengladbach hat, wurde mit der Planung und Realisierung des Taschensortiersystems beauftragt. Bereits an

den Zalando-Standorten Erfurt und Mönchengladbach zeichnete Vanderlande für die Einrichtung des Sortiersystems verantwortlich.

Der Taschensorter ist das Herzstück des Auftragsabwicklungssystems im Logistikzentrum von Zalando. Es handelt sich um den AIRTRAX Pocket von Vanderlande. Dieses leistungsfähige State-of-the-Art-Aggregat besticht durch zukunftsfähige Merkmale: Einsatz modernster erprobter Werkstoffe, sehr geringe Komponentenanzahl sowie redundante Technik und Funktionsweise. AIRTRAX Pocket ist Teil der innovativen AIRTRAX-Produktfamilie von Vanderlande, die in hochfrequenter Umgebung große Warenvolumina effizient über größere Distanzen und sich ändernde Höhen transportiert, sortiert, sequenziert und lagert. Dank seiner einzigartigen Sequenzierungstechnologie kann es wechselnde Auftragsprofile mühelos abbilden. Es bietet eine optimale Kontrolle über den Artikelfluss, wodurch eine effiziente Kommissionierung, Personalisierung, Verpackung und andere Mehrwertdienste erreicht werden.

i INFO

ÜBER ZALANDO

Seit Gründung im Jahr 2008 hat sich Zalando zu Europas führender Online-Plattform für Mode und Lifestyle entwickelt. Das Warensortiment umfasst mehr als 300.000 Artikel und bietet eine große Auswahl an Bekleidung, Schuhen, Kosmetik und Accessoires. Darunter befinden sich fast 2.000 weltweit bekannte Marken, aber auch lokale Brands und Private Labels. Bedient werden derzeit mehr als 25 Millionen aktive Kunden in 17 Ländern.

ÜBER VANDERLANDE

Gepäckfördersysteme von Vanderlande bewegen jährlich 4,2 Milliarden Gepäckstücke weltweit bzw. mit anderen Worten 11,5 Millionen Gepäckstücke pro Tag. Die Systeme des Unternehmens werden an 600 Flughäfen eingesetzt, darunter 13 der Top 20-Flughäfen weltweit. Täglich sortieren die bei führenden Paketdiensten installierten Systeme von Vanderlande mehr als 45 Millionen Pakete. Zusätzlich dazu vertrauen viele der größten E-Commerce-Unternehmen Europas sowie zahlreiche Distributionsfirmen auf die effizienten und zuverlässigen Lösungen von Vanderlande.

Automatisierung als Instrument des Service-Managements

Seit der Errichtung des Erfurter Logistikzentrums im Jahr 2012 verfolgt Zalando kon-

sequent die Strategie, Mitarbeiter durch weitestgehend automatisierte Prozesse zu unterstützen. So werden einerseits Durchlaufzeiten minimiert und andererseits neueste Technologien eingesetzt, die Mitarbeiter von monotonen und körperlich anstrengenden Aufgaben entlasten. Gleichzeitig trägt die Automatisierung dazu bei, flexibler auf die Verfügbarkeit von Arbeitskräften reagieren zu können. Diese Maxime findet auch in Brunna durch Vanderlandes Taschensorter AIRTRAX Pocket ihren Ausdruck, der speziell konzipiert wurde, um die Anforderungen des weiter boomenden Omnichannel-Handels zu bedienen. „Das Pocket-System eignet sich vor allem bei Warensortimenten, die schnell wachsen und sich häufig ändern“, erklärt Dr. Wolfgang Schwarzer, Senior Manager bei Vanderlande Mönchengladbach. In hochfrequenter Umgebung lassen sich große Warenvolumina effizient und sicher lagern, transportieren, sortieren und sequenzieren.

Die Pocket-Lösung ist eine Weiterentwicklung des AIRTRAX-Hängewaren-Systems und wurde bei Zalando in Brunna erstmals in einem Pilotprojekt umgesetzt. Dank seiner Skalierbarkeit lässt sich der Sorter, der neben Hänge- auch Liegewaren aufnehmen und befördern kann, flexibel auf schnell expandierende und dynamische Produktportfolios anpassen.

Modifikationen sind insbesondere auf Materialebene erfolgt, um die Wartungsfreiheit und Verfügbarkeit bei einer minimalen Anzahl etwaig benötigter Ersatzteile nochmals zu steigern. So sorgt zum Beispiel ein Frikionsantrieb für eine unterbrechungsfreie Überbrückung der Distanzen. Dank der Kettenglieder aus Kunststoff, die weder geölt noch gefettet werden müssen, ist ferner sichergestellt, dass ungeschützte Waren nicht verschmutzen und die Kunden ihr Wunschprodukt in tadellosem Zustand erreichen.

Mit der Inbetriebnahme der neuen Lager- und Distributionsdrehscheibe im schwedischen Brunna hat sich die Zahl der zentralen Zalando-Logistikzentren europaweit auf mehr als zehn erhöht. Die verkehrsgünstig gelegene Anlage erstreckt sich über eine Fläche von rund 30.000 Quadratmetern. Dies entspricht in etwa der Größe dreier Fußballfelder. „Für Zalando gehören die nordischen Länder zu den am schnellsten wachsenden Regionen und wir wollen dort sowohl mit Blick auf Umsatz und aktive Kunden weiter zulegen“, sagte Kenneth Melchior, Director Northern Europe bei Zalando. „Dafür müssen wir näher an unseren Kunden sein. Schnellere Lieferzeiten und ein lokal abgestimmtes Sortiment sind für uns zwei ganz entscheidende Zutaten.“ Mit diesem spannenden und zukunftsweisenden Projekt nahe Stockholm haben Vanderlande und Zalando ihre bereits mehrjährige erfolgreiche Partnerschaft fortgesetzt.

- jfk

JETZT BIN ICH NICHT NUR ARBEITGEBER, SONDERN AUCH FACHKRÄFTE-MACHER. DAS BRINGT MICH WEITER!

Die Weiterbildungs- und Qualifizierungsprogramme der Bundesagentur für Arbeit. Nutzen Sie den Arbeitgeber-Service und erfahren Sie mehr darüber, wie Sie Ihre Beschäftigten und Ihr Unternehmen weiterbringen können. Informieren Sie sich jetzt unter www.dasbringmichweiter.de

Bundesagentur für Arbeit
Agentur für Arbeit Krefeld
bringt weiter.

SH KANZLEI HAHN

- ✓ Hohe Qualifikation
- ✓ Hoher Anspruch an die Mandantenzufriedenheit
- ✓ Erfahrung in führenden Kanzleien
- ✓ Unmittelbare Persönliche Erreichbarkeit

Kanzlei Hahn
Wirtschaftsrecht, Arbeitsrecht, Insolvenzrecht, Mediation, Zivilrecht.

Heimbachstraße 40
41747 Viersen

Tel.: 0 21 62 - 571 57 00
Fax: 0 21 62 - 571 57 01

info@kanzlei-hahn-viersen.de
www.kanzlei-hahn-viersen.de

Digitalisierung – die Menschlichkeit gewinnt



Wir müssen uns fit machen für die Digitalisierung“ höre ich auf den verschiedenen Management-Ebenen immer wieder. Was heißt das, fit zu sein für die Digitalisierung? Das erste, was dabei in den Sinn kommt, ist natürlich der Umgang mit digitalen Tools und Medien. Durch die Globalisierung und die Automatisierung von immer mehr Prozessen muss ich eine gewisse technische Kompetenz aufbauen. Und ich muss sicher Medien nutzen können, die es mir erlauben, virtuell mit Kollegen und Teammitgliedern in aller Welt zu kommunizieren.

Der Einfluss von Strukturen und Hierarchien wird auf der einen Seite weniger; die Schnelligkeit, die Diversität in Teams und die Arbeit in großen Netzwerken nimmt hingegen zu und damit auch die Komplexität von Prozessen und alltäglichen Entscheidungen. Es gibt mehr Wirklichkeiten und Perspektiven für das Lösen eines Problems als vorher. Um all dies zu meistern, brauche ich noch etwas ganz anderes als den sicheren Umgang mit digitalen Medien:

Die große Herausforderung wird es sein, der Anonymisierung und Entfremdung, die durch den Umgang mit sozialen Medien entsteht, entgegenzuwirken. Erfolgreiche Teams werden in Zukunft diejenigen sein, die es schaffen, in Zeiten der Digitalisierung ihre

Menschlichkeit und Emotionalität zu bewahren. Es werden die Teams sein, die es schaffen, mit ihren Emotionen konstruktiv umzugehen und sie zu nutzen, um gute Entscheidungen zu treffen, Konflikte offen und gleichzeitig respektvoll zu klären und „nah

DIE EXPERTIN

Susanne Stock arbeitet seit Jahren als systemische Beraterin und Führungskräfte-Coach. Nach dem Studium der Psychologie mit den Schwerpunkten Arbeits- und Organisationspsychologie folgte eine mehrjährige Tätigkeit als Projektleiterin in einem global operierenden Konzern, wo sie für die Konzeption und Durchführung globaler Entwicklungsprogramme für Führungskräfte aller Hierarchieebenen verantwortlich war. Susanne Stock hat langjährige Beratungs- und Trainingserfahrung mit multikulturellen und virtuellen Teams. Für den *Wirtschaftsstandort* schreibt sie regelmäßig Expertenkolonnen zum Thema Führungskräfte-Coaching.

aneinander dran“ sind – die also wissen, welche Stärken sie haben, wie sie sie nutzen können und wie sie Hürden kommunikativ schnell aus dem Weg räumen können. Ein „Digital Leader“ ist also nicht nur digital, sondern auch emotional fit. Konkret sollte ein Digital Leader auf vier Ebenen arbeiten:

Sich selbst entwickeln

Unter komplexen Bedingungen wird es immer wichtiger, sich selbst zu reflektieren und sich seiner Selbst bewusst zu sein. Die persönliche Gefühlswelt beeinflusst stark die Gedanken und schlussendlich meine Handlungen. Negative Emotionen, die in der Arbeitswelt aufkommen und nicht geklärt werden, beeinflussen nicht nur mich, sondern auch meine Umgebung, führen zu Irritationen oder Konflikten. Je mehr ich in der Lage bin, konstruktiv und offen mit meinen eigenen Impulsen und Emotionen umzugehen und je mehr ich mich als Person geklärt habe, desto wirksamer kann ich mit anderen umgehen und dabei Selbst-Bewusstsein und ein Gefühl der Authentizität entwickeln.

Andere entwickeln

Digitale Leader begleiten ihre Mitarbeiter kontinuierlich in ihrem Lernprozess und schaffen einen Rahmen, in dem sie sich wei-

terentwickeln können. Im digitalen Zeitalter werden Entscheidungen immer weniger über Hierarchien, sondern immer mehr über hochleistungsfähige und agile Netzwerke getroffen. Darum ist es entscheidend, dass Führungskräfte auf die Stärken und die Autonomie ihrer Mitarbeiter vertrauen und mit ihnen gemeinsam Ideen und Lösungen zur Zielerreichung entwickeln.

Eine grundlegend wichtige Kompetenz an dieser Stelle ist: Moderation! Es kommt nicht mehr darauf an, als Experte zu glänzen und eigene Antworten zu geben, sondern die richtigen Fragen zu stellen, so dass Mitarbeiter neue Lösungswege entwickeln können. Gerade bei virtuellen Meetings arbeiten Teams um ein Vielfaches effizienter, wenn das Meeting konsequent strukturiert und moderiert wird. Der Leistungsabfall und Motivationsverlust bei unmoderierten virtuellen Meetings ist enorm. Das, was sich bei face-to-face Meetings bei ‚Nicht-Moderation‘ noch irgendwie auffangen lässt, führt bei virtueller Zusammenarbeit zum Chaos oder zur peinlichen Stille.

Ein starkes Ziel entwickeln

Ein riesiger Motivationsfaktor ist es, mit dem Team ein gemeinsames Verständnis vom Ziel zu entwickeln. Ein attraktives Ziel gibt Mit-

arbeitern Sinn und die Möglichkeit, sich mit ihrer Arbeit identifizieren zu können. Die Führungskraft kann das Team unterstützen, indem sie ein starkes Bild zeichnet und eine positive Geschichte zur gemeinsamen Vision erzählt. So können Mitarbeiter auch dann die richtigen Entscheidungen treffen, wenn sie verstreut an verschiedenen Standorten sitzen und nicht die Möglichkeit haben, ins Nachbarbüro zu gehen, um den Chef oder die Kollegen um Rat zu fragen.

Eine Kultur der Lernschleifen entwickeln

Um konstant dran zu bleiben, nicht vom Weg abzukommen oder neu erlernte Kompetenzen – wie zum Beispiel den Umgang mit digitalen Medien – zu stärken, braucht es eine Kultur des regelmäßigen Feedbacks. Anhalten – Reflektieren – Aktionen anpassen – Weitermachen: Diese Lernschleife sollte ein Digital Leader immer wieder initiieren und dafür sorgen, dass Teams aus ihren Erfahrungen lernen, besser mit der Schnelligkeit in der digitalen Welt klarzukommen.

Es braucht also Fingerspitzengefühl und eine gute Verbindung zu sich selbst und anderen sowie gesunde Beziehungen und Kommunikation von Mensch zu Mensch, um gemeinsam den Herausforderungen des digitalen Zeitalters zu begegnen.

→ KONTAKT

Susanne Stock
Lärchenhain 6
41844 Wegberg
@ susanne.stock@leadroom.de
www.leadroom.de



Foto: Reichartz / Archiv

Personal

i INFO

Zeitarbeit ist zu einer branchenübergreifenden Beschäftigungsform geworden. Nicht nur das produzierende Gewerbe arbeitet in diesem Bereich. Die Arbeitnehmerüberlassung findet man mittlerweile in allen Sparten und Branchen.

Das Thema Zeitarbeit wird gerade in der Politik kontrovers diskutiert. Fakt aber ist: Ohne Mitarbeiter von Überlassungs-Dienstleistern könnten Unternehmen heute ihrer Auftragslage – vor allem in Auftragspitzen – kaum noch Herr werden. Für die Leiharbeiter kann eine Vermittlung über eine Zeitarbeitsfirma das Sprungbrett in eine Festanstellung beim jeweiligen Unternehmen sein. „Dennoch findet unsere Branche oft nicht den Respekt, den sie verdient“, meint Dirk Serwatka, Regionalleiter beim Personaldienstleister QUIP AG (Foto). „Als Dienstleister und Vermittler von Fachkräften sind wir für die hiesige Wirtschaft unverzichtbar.“

Die QUIP AG ist einer der größten Personaldienstleister in der Region. Gleichzeitig hat sie ihr Portfolio in den vergangenen Jahren stetig erweitert; unter dem Dach der QUIP Gruppe finden sich heute elf weitere eigenständige Gesellschaften. Die wohl spannendste und öffentlichkeitswirksamste ist die Talbot Services GmbH. Im Auftrag der Deutschen Post fertigt sie am QUIP-Stammsitz in Aachen den StreetScooter, ein reines Elektrofahrzeug. „Bevor QUIP die Firma Talbot übernommen hatte, stand diese kurz vor dem Aus. Heute arbeiten dort doppelt so viele Menschen wie vorher“, erzählt Dirk Serwatka. Aktuell umfasst die E-Flotte der Deutschen Post über 7.000 Fahrzeuge. Auch andere Unternehmen fahren inzwischen die Modelle, die dort entstehen, wo im 19. und 20. Jahrhundert von Talbot und Bombardier Eisenbahnen gebaut wurden. Kerngeschäft der Talbot Services GmbH ist aber nach wie vor der Schienenfahrzeugbau, der Neubau, Wartung, Reparatur und Modernisierung umfasst.

Die Übernahme von Talbot und die daraus resultierende Erfolgsgeschichte ist nur ein Baustein innerhalb der QUIP-Gruppe. Trotz anderer Geschäftszweige bleibt aber natürlich die Arbeitnehmerüberlassung für die Branchen Industrie und Handwerk das Herzstück des Unternehmens. „Hier bieten wir intelligente Dienstleistungen, die sich nach Bedarf als Module kombinieren lassen und in dieser Variabilität einzigartig sind“, erklärt Regionalleiter Dirk Serwatka. Ob die Personalüberlassung zeitlich begrenzt oder dauerhaft, als Inhouse-Lösung oder als Outsourcing-Projekt geschehen soll, hängt vom Bedarf des Kunden ab. „Die Kunst dabei ist, für die Unternehmen den jeweils passenden Mitarbeiter zu vermitteln. Das klingt einfach, gelingt aber nur, wenn neben den erforderlichen Kenntnissen und Qualifikationen auch die individuellen Stärken, persönlichen Charaktereigenschaften und angestrebten Karriereziele von Kandidaten Berücksichtigung finden“, betont Serwatka. Genauso wichtig ist eine sorgfältige Bedarfsklärung bei unseren Firmenkunden: Die QUIP AG analysiert die speziellen Anforderungen an die zu besetzende Position, berücksichtigt Unternehmensziele und Unternehmenskultur, gebotene Entwicklungsmöglichkeiten und das spezifische Arbeitsumfeld. „Dadurch und durch unsere jahrelange Matching-Expertise verbinden wir nachhaltige Menschen und Aufgaben“, schließt Dirk Serwatka. – jfk

„Wir bieten intelligente Dienstleistungen, die sich nach Bedarf als Module kombinieren lassen“

QUIP-Regionalleiter Dirk Serwatka

→ KONTAKT

QUIP AG
Neuhofstraße 52
41061 Mönchengladbach
☎ 0 21 61.24 39 80
🌐 www.quip.de



Immobilien

DIE EXPERTEN

Arno und Birgit Carstensen haben sich vor sieben Jahren als Immobilienmakler selbständig gemacht und gehören inzwischen zu den erfolgreichsten Maklerbüros der Region. **Arno Carstensen** ist Diplom-Volkswirt und DEKRA-zertifizierter Sachverständiger für Immobilienbewertung. **Birgit Carstensen** ist IHK-geprüfte Immobilienmaklerin.

Wohlhabend und arm zugleich – das ist bei vielen älteren Menschen heutzutage (leider) kein Widerspruch, wenn es um die Gruppe der Senioren mit Wohneigentum geht. Rund zwei Millionen deutsche Immobilienbesitzer über 65 Jahre haben monatlich weniger als 1.000 Euro zur Verfügung. Sie leben damit zwar in ihrem eigenen Heim, aber die Rente und das Ersparte reichen kaum zum Leben. Hinzu kommt: Oft stehen größere Ausgaben an. Das Haus oder die Wohnung ist in die Jahre gekommen, muss instandgehalten oder altersgerecht umgebaut werden. Ein Auszug aus der vertrauten Umgebung ist für die meisten gleichzeitig undenkbar. „Gefragt sind daher maßgeschneiderte Lösungen für Immobilieneigentümer im Alter, mit denen auf die Bedürfnisse dieser Menschen Rücksicht genommen wird“, sagt Arno Carstensen. Gemeinsam mit seiner Frau Birgit führt er das Maklerbüro „Immobilien Carstensen“. „Wir stellen in vielen Gesprächen immer wieder fest, dass das Wohnen im Alter für viele unserer Kunden ein wichtiges Thema ist“, erklärt Birgit Carstensen. „Um ihnen dafür die

notwendige Sicherheit zu geben, haben wir speziell für Senioren ein flexibles Paket rund um die sogenannte Immobilien-Leibrente geschnürt, das auf die persönlichen Bedürfnisse und Wünsche der Eigentümer abgestimmt werden kann.“

Einnahmen im Alter erhöhen

Die Immobilien-Leibrente stößt in Deutschland auf immer größeres Interesse, bietet sie doch vor allem für Senioren mit einer geringen Rente und wenig Ersparnissen die Möglichkeit, ihre Einnahmen im Alter zu erhöhen, ohne aus dem vertrauten Zuhause ausziehen zu müssen. 98 Prozent der Senioren verfolgen das Ziel, so lange es geht in der vertrauten Umgebung zu bleiben, wie eine Studie der Deutschen Leibrenten AG gemeinsam mit dem Institut für Versicherungswissenschaft der Universität Köln zeigt. Im Rahmen der Immobilien-Leibrente wird das eigene Haus oder die Wohnung zwar verkauft, die ehemaligen Eigentümer bleiben jedoch lebenslang mietfrei darin wohnen. Zudem erhalten sie eine monatliche attraktive Rentenzahlung. Beides, das mietfreie Wohnrecht und die Leibrente, werden notariell verankert und im Grundbuch eingetragen. Das gibt den Verkäufern ein Höchstmaß an Sicherheit. „Das im eigenen Haus steckende Vermögen wird so bei der Leibrente schon zu Lebzeiten nutzbar gemacht“, betont Arno Carstensen. Mit der Ermittlung des Immobilienwerts wird ein unabhängiger Sachverständiger betraut. Er stellt sicher, dass ein marktgerechter Preis die Grundlage für die

Rentenberechnung ist. Weitere Faktoren sind das Lebensalter und Geschlecht des Eigentümers.

Je älter, desto mehr Leibrente

Zusätzlich genießen Eigentümer nicht nur ein Wohnrecht, sondern auch das sogenannte Nießbrauchrecht. „Das bedeutet, dass selbst beim Auszug aus der Immobilie diese vom Alteigentümer weitervermietet werden kann“, erläutert Birgit Carstensen. Natürlich könne er dann auch auf das Nießbrauchrecht verzichten und bekomme dann den Wert dieses Rechts ausgezahlt.

Geeignet ist die Immobilien-Leibrente für Senioren und zwar gleichermaßen für Alleinstehende und Paare. Sie wird auch vom Bundesverband 50plus empfohlen. Generell gilt: Je älter die Senioren, desto höher die monatliche Leibrente. Eine Mindestlaufzeit sorgt dafür, dass Rentenzahlungen auch vererbt werden können, sollte der Verkäufer schon kurz nach Vertragsabschluss sterben. – jfk

i INFO

PERSÖNLICHE BERATUNG

Immobilien Carstensen bietet zu dem Thema Leibrente demnächst auch Info-Veranstaltungen bei Kaffee und Kuchen im Kreis Viersen und in Willich an. Mehr Informationen unter Telefon 0 21 61.82 81 44.

→ KONTAKT

Carstensen Immobilien
Lützowstraße 3
41061 Mönchengladbach
☎ 0 21 61.82 81 44
☎ 0 21 61.3 03 98 51
@ info@immobilien-carstensen.de
🌐 www.immobilien-carstensen.de



**Zeit, dass sich was dreht.
Um dich.**

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Patrick Wermke
next-Botschafter und Auszubildender

Wir machen den Weg frei.

Bewirb Dich jetzt um eine Ausbildung bei deiner Volksbank!
Wir fördern Deine Talente und Ideen: vor Ort in Deiner Bank
und bei next, unserem deutschlandweiten Azubi-Netzwerk.

Volksbank Krefeld eG
Volksbank Viersen eG
Volksbank Kempen-Grefrath eG




Eine „Abfindung“ ist im gewöhnlichen Sprachgebrauch nichts anderes als eine Ausgleichszahlung für die Beendigung eines Vertragsverhältnisses und gerade bei Kündigungsschutzklagen vor dem Arbeitsgericht immer wieder Thema. Doch nicht nur Arbeitnehmer haben unter Umständen gute Aussichten auf solche Abfindungen, sondern auch selbstständige – in Ihrem Berufsbild und Berufsverständnis nicht mit Arbeitnehmern zu vergleichende – Handelsvertreter haben in bestimmten Situationen Ansprüche auf Zahlung einer Abfindung. Das Thema kommt dann in Frage, wenn der Vertrag zwischen Handelsvertreter und dem Unternehmer gekündigt wird!

Der selbstständige Handelsvertreter kann von dem Unternehmer, mit dem er zusammenarbeitet, einen Ausgleich verlangen, wenn und soweit die Tätigkeit des Handelsvertreters auch nach Beendigung des Vertrages mit ihm für den Unternehmer messbare wirtschaftliche Vorteile hat und eine Abfindung „der Billigkeit entspricht“. Geregelt ist dies in § 89 b HGB. Die Höhe der „Abfindung“ beträgt höchstens eine durchschnittliche Jahresprovision bzw. Jahresvergütung. Selbstverständlich sind auch das Verhalten des Handelsvertreters und die Hintergründe der Vertragskündigung für die weitere Anspruchsprüfung wichtig.

Kündigung während Probezeit zieht Ausgleichsanspruch nach sich
Ist der Vertrag gekündigt, stellt sich die Frage, ob der Unternehmer durch die Arbeit des Handelsvertreters Vorteile erlangt hat. Kon-

kret geht es darum, ob aus der Geschäftsverbindung mit neuen Kunden, die der Handelsvertreter geworben hat (neue Stammkunden), auch nach Beendigung des Vertrages mit dem Handelsvertreter noch weitere Geschäftsabschlüsse aus diesem Kundenstamm für das Unternehmen entstehen. Auch die Erweiterung der Geschäftsverbindung mit einigen Kernkunden kann von Bedeutung sein! Hat der Handelsvertreter insofern messbar zum wirtschaftlichen Erfolg über seine Vertragslaufzeit beigetragen, ist ein gerechter Ausgleich zu leisten. Hier kann es ganz unterschiedliche Einzelfälle mit ganz verschiedenen Sachverhalten geben (Betrieb einer Tankstelle durch den Handelsvertreter, Vertrieb langlebiger Wirtschaftsgüter, Vertrieb von Versicherungen etc.). Dann bedarf es der individuellen Prüfung und genauer Überlegung. Recht frisch ist an dieser Stelle die Nachricht aus Europa. Der EuGH hat am 19.04.2018 geurteilt, dass sogar eine Kündigung während der Probezeit genügt, um zunächst den Ausgleichsanspruch entstehen zu lassen. Dies schafft für den Handelsvertreter durchaus interessante weitere Durchsetzungschancen. Für beide Seiten gilt, dass eine qualifizierte anwaltliche Beratung zur Prüfung, ob und wie ein Vertrag zu beenden ist bzw. welche Folgen sich hieraus ergeben können, auch für das Verhältnis zwischen Handelsvertreter und Unternehmer – wie auch zwischen Arbeitnehmer und Arbeitgeber unerlässlich ist. Rechtsanwalt Hahn vertritt bereits Handelsvertreter überregional bei der Durchsetzung von Auskunfts-, Provisions- und Schadensersatzansprüchen.

KONTAKT

Kanzlei Hahn
Heimbachstraße 40
41747 Viersen
☎ 0 21 62.5 71 57 00
☎ 0 21 62.5 71 57 01
@ info@kanzlei-hahn-viersen.de
🌐 www.kanzlei-hahn-viersen.de

Steuer

Sich selbstständig zu machen, das ist spannend. Doch Existenzgründer gehen Risiken ein. Ob ein Geschäftsmodell funktioniert, hängt nicht nur vom guten Willen ab, sondern auch von fürsorglicher Beratung. „Bevor der erste Auftrag da ist, muss die Firmenkogge wasserdicht sein, um nicht bei Sturm zu kentern“, sagt Steuer-Experte Holger Latzel.

Es gibt Dinge im Leben eines Menschen, die wollen besonders gut bedacht sein. Das Ja-Wort an den Partner fürs Leben gehört dazu, der Bund der Familie, der Bau eines Hauses – und die Gründung einer Firma. „Bei der Existenzgründung ist es wichtig, die Weichen von Anfang an richtig zu stellen“, sagt Holger Latzel. Der Kempener Steuerberater begleitet zurzeit einen 31-jährigen Konstrukteur, der sich beruflich auf eigene Füße gestellt

hat. Kadir Köksal hat vor wenigen Wochen die GmbH „Smart-Inno-Tech“ im Kempener Technologiezentrum gegründet.

„Schon die Entscheidung, eine Kapitalgesellschaft anzumelden, ist ein erster entscheidender Schritt“, sagt Latzel. Denn Kadir Köksal will schnell wachsen, aus der One-Man-Show noch in diesem Jahr einen Sechsmann-Betrieb aufbauen. Über einen Pool an Spezialisten und zertifizierten Zulieferern verfügt er bereits. Köksal will sich als interessanter Partner für Branchen wie Maschinen- und Anlagenbau, Stahlbau, Extrusion, Automobil und Lebensmittel anbieten. „Neben Konstruktionsdienstleistungen geht es bei Smart-Inno-Tech zusätzlich um 3D-Produkt-Visualisierung und -Beschaffung“, beschreibt Kadir Köksal, was ihn in seinem Büro am Kempener Industriering Ost 66 umtreibt. Später soll noch 3D-Druck dazu kommen. Mit

DER EXPERTE

Holger Latzel, Jahrgang 1971, ist Inhaber und Gründer der gleichnamigen Beratungskanzlei in Kempen am Niederrhein. Seine Schwerpunkte sind neben der Steuerberatung die betriebswirtschaftliche Beratung sowie die Wirtschafts-Mediation. Haben Sie Fragen an den Wirtschaftsstandort-Experten Holger Latzel? Dann schreiben Sie uns: entweder an wirtschaft@wirtschaftsstandort-niederrhein.de oder kanzlei@latzel-steuerberater.de

seiner Dienstleistung, Maschinen aller Art CAD-gestützt auf Hochtouren zu bringen, will Kadir Köksal größere Unternehmen flexibler werden lassen. „Eine interessante Nische, die auf Qualität setzt. Intelligentes Outsourcing, das – richtig eingesetzt – funktioniert“, so das Latzel-Urteil.

Den Entschluss, beruflich einmal sein eigener Herr zu sein, hat der gebürtige Moerser, der in Kamp-Lintfort lebt, während der Weiterbildung zum Maschinenbautechniker gefasst. Bereits seit dem dritten Lehrjahr als Industriemechaniker büffelte Kadir Köksal abends am Berufskolleg für die Weiterbildung. Vier lange intensive Jahre, an deren Ende neben einer beachtlichen Qualifikation der Entschluss „Selbstständigkeit“ gereift war. „Zumal“, berichtet der frisch verheiratete Fitness-Sportler, „mein früherer Arbeit-

geber in Kempen plant, die Konstruktionsabteilung nach Ostwestfalen zu verlegen. Ein Umzug kommt für mich nicht in Frage.“

Kadir Köksal hat mit Holger Latzel einen wirtschaftserfahrenen Berater angesprochen, der ihn über die Klippen des Jung-Unternehmertums hinweghilft bzw. die Fallstricke aufzeigt. Latzel: „Wir haben als erstes ein Rechtskleid genäht, in dem es neben der Entscheidung der Rechtsform um Aspekte wie steuerliche Modalitäten, Rechte und Pflichten sowie Finanzierung ging.“ Aber auch die Frage, welche Software für das Rechnungswesen im Zusammenspiel zwischen Gesellschaft und Kanzlei geeignet ist, spielte eine Rolle. Controlling-Report, betriebswirtschaftliche Auswertung und Forderungs-Management sind weitere Stichworte, mit denen Latzel den Gründer vertraut machte. Und mit Fragen wie: Was ist mit Haftung? Wie öffnet sich die Tür am schnellsten bei späteren Beteiligungsmodellen? Wie trete ich am Markt authentisch auf?

„Wir haben also eine Roadmap erstellt, eine ganzheitliche Betrachtung angelegt, damit die Firma auf Kurs ist“, so Latzel. Der Steuerberater ist überzeugt, dass Kadir Köksal aus dem Holz geschnitzt ist, das erfolgreiche Unternehmer auszeichnet. „Aber eine Checkliste, ein Pfad von Meilenstein zu Meilenstein – das muss schon sein, sonst verläuft man sich“, betont Latzel. Denn, so simpel es klingen mag, Dinge wie Steuer-Nummer, Anmeldung beim Handelsregister, notarieller Eintrag, Bankgespräch führen oder Mietvertrag abschließen müssen auf der To-Do-Liste sauber abgearbeitet sein.

„Die Begleitung durch einen Wirtschafts-Profi wie Holger Latzel gibt mir ein Gefühl der Sicherheit“, sagt Kadir Köksal. Aus dieser Sicherheit heraus geht er jetzt mit Energie, Augenmaß und Effizienz an seine bevorstehenden Herausforderungen als Jung-Unternehmer. Mit anderen Worten: Sein Geschäftsmodell ist durch die Brille des Wirtschaftsexperten veredelt worden.

KONTAKT

Latzel Steuerberater
Holger Latzel – Steuerberater,
Diplom-Betriebswirt &
Wirtschafts-Mediator
Schorndorfer Straße 15
47906 Kempen
@ kanzlei@latzel-steuerberater.de
www.latzel-steuerberater.de



Holger Latzel (r.) berät den Jungunternehmer Kadir Köksal in seiner Kanzlei. Ein Espresso zwischendurch an der Café-Theke gehört dazu.

Foto: Axel Küppers



HOSEN SHOPPEN!

ALBERTO CONCEPT STORE

Hindenburgstr. 6 | Alter Markt
Mi. – Sa. 10:00 – 18:30 Uhr

alberto-pants.com

**B U Y
Y O U R
P A N T S
L O C A L**

Mehr als ein Job!



 **Volksbank
Kempen-Grefrath eG**

Für die Menschen in unserer Region sind Mitarbeiter der Volksbanken in Krefeld, Viersen und Kempen nicht nur Banker, sondern auch Nachbarn und Vertraute. Sie interessieren sich für den Menschen und beraten Kunden gewissenhaft und auf Augenhöhe. „Wir sind gerne in unserer Region aktiv, weil wir dort verwurzelt sind. Und so werden wir auch als Arbeitgeber wahrgenommen. Wir schätzen unsere Mitarbeiter genauso wie unsere Kunden. Wir sind in der Region gut vernetzt und haben Freude daran, uns für die Menschen hier einzusetzen“, erklärt Andreas Beniers, Abteilungsleiter Personal bei der Volksbank Krefeld. „Wir unterstützen die lokale Wirtschaft und sind attraktiver Arbeitgeber in der Region. Wir bieten 315 Menschen Arbeitsplätze, 36 junge Menschen bilden wir derzeit aus.“

Das Thema Ausbildung wird bei den Volksbanken seit vielen Jahren ganz groß geschrieben. „Wer bei uns eine Ausbildung zur Bankkauffrau beziehungsweise zum Bankkaufmann absolviert, erlernt einen Beruf mit vielseitigen Aufgaben und interessanten Herausforderungen. Bankkaufmann/-frau ist mehr als ein Job“, unterstreicht Beniers Viersener Kollegin Birgit Niemann. Bankkauffleute sind bei den Volksbanken in allen Geschäftsbereichen tätig. Zu ihren Hauptaufgaben gehören die Beratung und Betreuung von Privat- und Firmenkunden. Typische Arbeitsfelder sind die Geld- und Vermögensanlage, das Kreditgeschäft sowie die Kontoführung und der Zahlungsverkehr. Aber auch ein Einsatz im Controlling, im Marketing oder Personalmanagement ist möglich.

Als Bankkauffrau/-mann ist man der erste Ansprechpartner für die Privat- und Firmenkunden. „Die Themeninhalte sind so verschieden wie die Menschen, die in die Volksbanken kommen und beraten werden möchten“, weiß Markus Dellen von der Volksbank Kempen. „Was uns wichtig ist: Bei uns steht der Mensch im Mittelpunkt. Das gilt für Kunden genauso wie für Mitarbeiter.“

Während der Ausbildung lernen die angehenden Bankkauffleute die Geschäftsstellen kennen und erhalten einen Einblick in alle wichtigen Arbeitsbereiche der internen Abteilungen. Der bekannte Service- und Beratungsbereich ist dabei nur ein kleiner Teil des Bankbetriebes. Azubies lernen auch viele Abteilungen kennen, die keinen Kundenverkehr haben. Die wichtigsten Bereiche der Ausbildung bei den Volksbanken:

- Service und Beratung
- Vermögensbetreuung
- Wohnen und Finanzieren

„Bei uns steht der Mensch im Mittelpunkt“

Andreas Beniers

 **Volksbank
Viersen eG**

- Marktunterstützung und Vertriebsunterstützung Kredit
- Weiterhin umfasst die praktische und theoretische Ausbildung die folgenden Bereiche:
- Rechnungswesen/Zahlungsverkehr
- Außenhandel
- Revision
- EDV
- Organisation
- Unternehmenssteuerung
- Marketing

Überbetrieblicher Unterricht dient der praxisbezogenen Vertiefung der Ausbildungsinhalte und der gezielten Prüfungsvorbereitung, beispielsweise zu den Themen:

- Wertpapiere, Kredit
- Electronic Banking, Außenhandel
- Rhetorik & Präsentation
- Beratungsgespräche
- Projekte

Der berufsbegleitende Unterricht findet in fünf Blöcken à sechs bis sieben Wochen statt. Folgende Fächer werden unterrichtet:

- Allgemeine Wirtschaftslehre
- Bankbetriebslehre
- Rechnungswesen
- Datenverarbeitung
- Deutsch
- Englisch
- Politik
- Sport / Gesundheitsförderung

„Potenzielle Azubis passen zu uns, wenn sie Interesse an Finanzthemen haben, offen sind und ein Gespür für Menschen haben. Sie agieren selbstverantwortlich und überzeugen uns mit ihren persönlichen Stärken. Sie engagieren sich zum Beispiel in einem Verein oder sprechen mehrere Sprachen – all dies sind persönliche Stärken, mit denen Bewerber punkten können“, erläutert Beniers. Als Repräsentant der Bank kleiden sich Auszubildende täglich seriös und geschäftsmäßig. „Mit Facebook, Youtube und Twitter sollten sie sich idealerweise auskennen, da soziale Medien auch Teil der Bankenwelt geworden sind“, so die Personalleiter.

 **Volksbank
Krefeld eG**



→ ANSPRECHPARTNER

Volksbank Kempen

Markus Dellen
Burgstraße 8
47906 Kempen
☎ 0 21 52.14 92-162
@ markus.dellen@vb-kempen.de
🌐 www.vb-kempen.de

Volksbank Krefeld

Andreas Beniers
Dionysiusplatz 23
47798 Krefeld
☎ 0 21 51.56 70 91 106
@ andreas.beniers@vbkrefeld.de
🌐 www.vbkrefeld.de

Volksbank Viersen

Birgit Niemann
Neumarkt 6-6a
41751 Viersen
☎ 0 21 62.48 08-225
@ birgit.niemann@vbvierten.de
🌐 www.volksbankvierten.de

i Engagement Berufsfindung

Der Weg in das Berufsleben ist oft nicht leicht. Um jungen Menschen den Karrierestart zu vereinfachen, unterstützen die Volksbanken bei der Berufsfindung und bei der Erstellung von Bewerbungsunterlagen. Mit Info-Ständen auf Karrieremessen (zum Beispiel Check-In Berufswelt etc.) möchte die Volksbank Schüler zusätzlich auf die Ausbildungsmöglichkeiten in ihrem Haus aufmerksam machen und sie für diese begeistern.



Immer mehr Unternehmen wenden sich bei der Personalsuche an die Arbeitsagenturen. Sie beraten, vermitteln, fördern und qualifizieren.

Foto: Agentur für Arbeit Krefeld

Mission Personalsuche!

Eine Auszubildende, die den Anforderungen entspricht und auch persönlich ins Team passt, ist einfach nicht zu finden? Die erfahrene Fachkraft steht kurz vor der Rente, aber wer soll die Aufgaben künftig übernehmen? Die Branche ist im Wandel und den Mitarbeitern fehlen Kenntnisse, damit das Unternehmen künftig konkurrenzfähig bleiben kann?

In Fragen der Personalstrategie, Personalrekrutierung und Personalbindung ist der Arbeitgeber-Service der Agentur für Arbeit Krefeld/Kreis Viersen ein verlässlicher Partner. Rund 12.000 Arbeitgeber aus der Region nutzen den Service in jedem Jahr. Der erste Kontakt ist ganz einfach über die kostenfreie Rufnummer für Arbeitgeber 0800 4 5555 20 oder über www.arbeitsagentur.de möglich. Nach diesem Kontakt begleiten feste Ansprechpartner und Branchenexperten den Arbeitgeber auf seinem Weg, um Fragen zu beantworten, sich um seine Anliegen zu kümmern und ihn mit Tipps zu begleiten. Gerade kleine und mittelständische Unternehmen nutzen die Vorteile der Zusammenarbeit mit dem Arbeitgeber-Service als vorgeschaltete Personalabteilung.

Vermittlung

Egal, ob eine Arbeits- oder eine Ausbildungsstelle zu besetzen ist: Die Agentur für Arbeit hilft. Während eine Stellenanzeige in der Tageszeitung immer häufiger nicht zum Ergebnis führt, sichtet die Arbeitsagentur jeden Monat rund 2.000 neue potenzielle Arbeitnehmer, um eine gezielte Vorauswahl für ihre Auftraggeber zu treffen. Das Ziel ist es, dabei immer eine Handvoll gut geeigneter Bewerber/innen zu

präsentieren und Personalverantwortlichen eine schnelle und gute Entscheidung zu ermöglichen. Auch individuelle und ganz auf die Bedürfnisse der Unternehmen abgestimmte Angebote macht der Arbeitgeber-Service immer wieder möglich. Dazu gehören Speed-Datings, Bewerbungstage oder die Teilnahme an Berufsmessen.

Beratung

Da die Anforderungen an Arbeitnehmer durch die zunehmende Technologisierung und die damit verbundene Beschleunigung der Prozesse und zunehmende Komplexität (Stichwort Arbeitswelt 4.0) steigen, setzt der Arbeitgeber-Service auch einen Schwerpunkt in der Beratung von Arbeitgebern in Personalfragen. Die Vermittlungs- und Beratungsfachkräfte zeigen dabei Wege auf, wie Unternehmen aktuell und auch in Zukunft ihr Personal erfolgreich rekrutieren, binden und qualifizieren können. Dazu gibt es gemeinsame Projekte mit Netzwerkpartnern wie der IHK Mittlerer Niederrhein, der Kreishandwerkerschaft Niederrhein, der Wirtschaftsförderung sowie weiteren Partnern, die eingebunden werden, um alle Personalanliegen von Unternehmen zu beantworten.

Qualifizierung und Förderung

Die dritte Säule des Arbeitgeber-Services liegt in der Qualifizierung und Förderung. Erfüllt ein Bewerber mal nicht zu 100 Prozent die Anforderungen des Arbeitsplatzes, kann der Ansprechpartner der Arbeitsagentur einen finanziellen Zuschuss für die Einarbeitung anbieten. Auch im Bereich der Ausbildungsvermittlung gibt es mit der

Einstiegsqualifizierung ein solches Instrument. In einem Langzeitpraktikum von bis zu einem Jahr können sich Arbeitgeber und Bewerber kennenlernen und prüfen, ob es wirklich für ein Ausbildungsverhältnis passt. Selbst Beschäftigte in Unternehmen werden nach einer Beratung in der Qualifizierung gefördert, um die Zukunft des Arbeitnehmers als Fachkraft mit aktuellen Kenntnissen und die des Arbeitgebers als zukunftsorientiertes und modernes Unternehmen zu sichern.

So finden die Betriebe der Region viele Lösungen über einen Kontakt zum Arbeitgeber-Service der Agentur für Arbeit, der damit so etwas ist wie das Schweizer Taschenmesser der Personalverantwortlichen.



KONTAKT

 **Bundesagentur für Arbeit**
Agentur für Arbeit Krefeld

Agentur für Arbeit Krefeld
Philadelphiastraße 2
47799 Krefeld
☎ 0800.45 55 500
@ krefeld@arbeitsagentur.de
🌐 www.arbeitsagentur.de



Innovative Lösungen für Handwerk und Industrie

Ihr starker Partner für starke Marken

- Kunstharz-Systeme für
 - kostengünstige und langlebige Instandhaltungslösungen
 - Betonschutz- und reparatur
 - Korrosionsschutz
 - Feuchtigkeitssperren
 - Bodeninstandsetzung
 - Antirutschsysteme
- Industrie-Klebebänder
- Spezialklebebänder
- Spezialklebstoffe



www.jk-adhesives.de



JK TECHNISCHER HANDEL GMBH
Innovative Lösungen für Handwerk & Industrie

Industriering Ost 74
47906 Kempen
Tel.: 0 21 52 / 14 45 - 70



Einkaufserlebnis der Extraklasse

Beim Gang durch die großzügige Obst- und Gemüseabteilung entsteht direkt Wochenmarktfeeling. Foto: Simone Krakau

➔ KONTAKT

Edeka Zielke
Lütticher Straße 1, Viersen
Öffnungszeiten:
Montag bis Samstag: 8 bis 21 Uhr

#Namenlos
Küchenzeiten:
Montag bis Samstag: 11 bis 22 Uhr
🌐 www.edeka-zielke.de

Ein Markt der Extraklasse, der das Einkaufserlebnis mit einer gastronomischen Erfahrung im hauseigenen Restaurant #Namenlos kombiniert – so einhellig lautet das Urteil vieler, die dem neuen „EDEKA Zielke“ schon einen Besuch abgestattet haben. Im April hat Geschäftsführer Carsten Zielke nach Willich und Dülken nun an der Brüsseler Allee in der Nähe des Viersener Bahnhofs seinen dritten EDEKA-Markt eröffnet.

Neben dem exklusiven Ambiente, das sich durch den 1.800 Quadratmeter großen Markt zieht, besticht EDEKA Zielke vor allen Dingen auch mit seinem Marktcharakter. Die Gemüse- und Obstabteilung erinnert an einen Wochenmarkt. Hauptsächlich lokale Produkte, möglichst unverpackt, bilden hier das Sortiment. „Regional ist uns noch zu weit“, sagt Geschäftsführer Carsten Zielke. „Wir setzen auf lokale Produkte aus dem Kreis Viersen und den angrenzenden Orten.“ Über 100 lokale Lieferanten beliefern den Markt von nun an mit ihren Produkten. Untypisch positioniert, aber wieder den Marktcharakter aufgreifend, hat EDEKA Zielke die Käse- und Fischtheke „nach vorne geholt“ und angrenzend an die Obst- und Gemüseabteilung gelegt.



In der offenen Guerilla-Küche kann man den Köcheln und Kochtöpfen schauen.

Köchen des #Namenlos in die Pfannen

Foto: Andreas Baum



Carsten Zielke: „Wir haben hier ein Schmuckstück geschaffen, was es hier sonst nicht gibt.“

Foto: Andreas Baum

Auch der Fleischliebhaber kommt in dem modernen Markt in Bahnhofsnähe auf seine Kosten: Eine ungewöhnlich lange Fleisch- und Wursttheke mit Produkten aus der Nähe und von der anderen Seite der Welt, frisch vor Ort geräuchert oder „dry aged“, bietet alles, was das Herz begehrt. Qualität, Frische und Vielfalt stehen hier an erster Stelle! Ein Nummern-System regelt die Reihenfolge an der Fleisch- und Wursttheke, auf großen Bildschirmen erscheint dann die Nummer. Auch die Möglichkeit, den Einkaufswagen abseits zu parken, ermöglicht einen geregelten Ablauf

Qualität, Frische, Vielfalt

Mit dem hauseigenen Restaurant #Namenlos im Markt legt EDEKA Zielke noch eine Schippe drauf: Mit Blick Richtung Bahnhof können Sie es sich hier vor oder nach dem Einkauf, bei frisch zubereiteten Speisen, gut gehen lassen. In besonderem Ambiente, das durch eine Mischung aus Vintage und Modern besticht, können Sie sich zurücklehnen und leckere Speisen und Getränke genießen. Die offene „Frontcooking“-Küche bietet zusätzlich die Möglichkeit genau zu sehen,

welche Zutaten für Ihre Pasta, Pizza, das saftige Steak oder den frischen Salat verwendet werden. Carsten Zielke setzt bei dem Projekt #Namenlos bewusst auf „weniger ist mehr“. „Es muss nicht immer Haute Cuisine sein“, betont der Geschäftsführer. „Für mich ist es ein logischer Schritt von der Liebe zu Lebensmitteln, zum Kochen und zu der Verarbeitung von frischen Produkten hin zu einer eigenen Gastronomie“, sagt Zielke, „Wir bieten mediterrane Küche – Pizza, Pasta, Fisch- und Fleisch-Gerichte, die in diese Schiene passen. Aber auch mediterrane Hausmannskost für den schnellen Mittagstisch.“ Bei #Namenlos können Kunden auch noch nach den Öffnungszeiten des Marktes verweilen: Das Restaurant hat montags bis samstags von 11 bis 22 Uhr geöffnet. Es gibt durchgehend warme Küche.

Für Carsten Zielke ist mit der Eröffnung des neuen Marktes ein Traum wahr geworden: „Wir haben hier ein Schmuckstück geschaffen, was es hier sonst nicht gibt“, zeigt sich Zielke stolz auf „sein Baby“ und gibt gleich noch ein Bekenntnis zum Standort ab: „Hier ist Heimat, hier kenn’ ich mich aus, hier fühl’ ich mich wohl.“

i INFO

Auch an Kunden mit Elektroauto und E-Bikes wurde bei EDEKA Zielke gedacht: Auf dem großzügigen Parkplatz finden sich eine E-Ladesäule für Pkw sowie eine Lademöglichkeit für E-Bikes.



Seien Sie
im Herbst dabei!



Das nächste Magazin *Wirtschaftsstandort Viersen* erscheint im Herbst 2019 mit einer Auflage von über 100.000 Exemplaren und einer Verteilung an alle erreichbaren Haushalte. Wollen Sie Ihr Unternehmen einmal einer breiten Öffentlichkeit vorstellen? Möchten Sie sich als attraktiver Arbeitgeber und/oder Ausbildungsbetrieb positionieren? Oder sind Sie der Meinung, dass Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung Bürger und Unternehmen in Mönchengladbach unbedingt kennenlernen müssen? Dann melden Sie sich gerne bei uns und vereinbaren einen ersten unverbindlichen Gesprächstermin!

Ihr Ansprechpartner:
Jan Finken (Objektleitung/Redaktion),
Telefon 02161.81 98 52,
eMail: j.finken@wirtschaftsstandort-niederrhein.de

Mehr Informationen zu unserem Portfolio finden Sie auch auf:
www.wirtschaftsstandort-niederrhein.de

Schneller, stabiler, wirtschaftlicher.

Glasfaser für Ihr Unternehmen.



Wir realisieren den Glasfaserausbau in Ihrem Gewerbegebiet. Für schnelles Internet, für stabile Datenleitungen und für wirtschaftliche Kommunikation mit einem eigenen Glasfaseranschluss.

Individuelle Beratung. Mehr Informationen.
Service-Nr. 0800 281 281 2
business@deutsche-glasfaser.de
deutsche-glasfaser.de/business



DEIN EVENT IM PARK.

EGAL OB TAGUNGEN, FIRMENFESTE,
GEBURTSTAGE ODER HOCHZEITEN.
WIR HABEN DAS PASSENDE ANGEBOT
FÜR DICH.

Jetzt anfragen unter
EVENTS@BORUSSIA.DE
oder **+49 2161 9293 1430**

**FOHLEN
EVENTS**



DIE FOHLEN

So geht Altersvorsorge für Unternehmer Kaufen Sie Ihre individuelle Gewerbeeinheit

Vorteile: Unabhängigkeit | Individualität | Planungssicherheit

