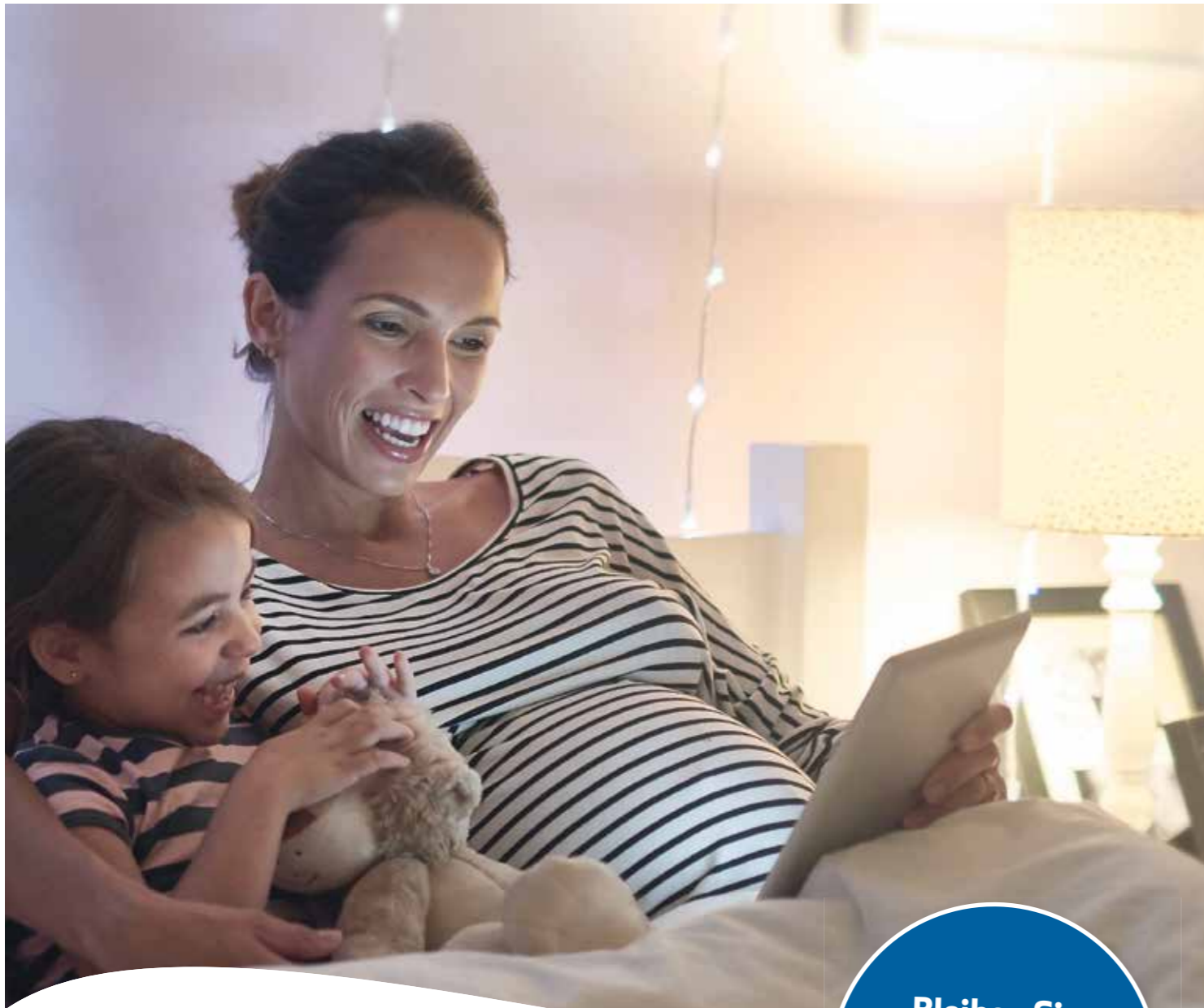


WIR®



**Social Media:
Welche Zielgruppe?
Welche Plattform?
Welche Wirkung?**



rundumversorgt
meine stw-momente

Wir sind auch in herausfordernden Zeiten zuverlässig für jeden Ihrer Momente da – kompetent, regional und sympathisch.

stadtwerke-willich.de



Blieben Sie mit uns informiert
stadtwerke-willich.de/
aktuelles

EDITORIAL



Sehr geehrte Willicher Unternehmerinnen und Unternehmer,

im Titelthema geht es also dieses Mal um Social Media, um die Nutzung der Unternehmen von Social Media-Plattformen. Und bevor mir jetzt jemand mit dem wirklich nur überschaubaren originellen Hinweis kommt, dass es sich dort doch um „a-soziale Medien“ handele - bitte nicht. Geschenkt. Man mag zum Trend oder Phänomen stehen, wie man mag: Trends und Phänomenen ist gemein, dass es ihnen völlig egal ist, wie man sie persönlich „findet“. Es gibt sie. Und sie bestimmen unser Leben. Auch das geschäftliche.

Das Image der Company etablieren, verbessern, Produkte anbieten, Personal finden und binden - das alles ist heute ohne Social Media-Plattformen schlicht nicht mehr möglich. Zumal viele althergebrachte Print-Kommunikationsformen nach wie vor im freien Fall Richtung Randgruppen-Interesse sind. Oder weniger nett formuliert: Richtung Bedeutungslosigkeit. Nochmal: Ob man das feiert oder skeptisch sieht, begrüßt oder verdammt: „Es ist so“, hätte Forrest Gump gesagt. Und Recht gehabt - gerade angesichts des medialen Verhaltens der Gesellschaft muss man sich darauf einlassen: Too big to fail.

Und das Bewegen in der Welt der Social Media-Plattformen hat schon lange nichts mehr mit „lass' doch diesen jungen Praktikanten mal was posten“ zu tun: Das Entwickeln und Führen einer öffentlichen „Marke“ beginnt mit dem Erstellen einer möglichst strategisch passenden Kommunikations-Leitlinie. Geht mit dem Moderieren von Dialog-Formaten über das Vorbeugen und Begleiten von Shitstorms weiter und endet noch lange nicht bei der Entwicklung und dem Ausbau eigener, zum Business passenden Kommunikationswege - zu einer bestimmten, weil richtigen Zielgruppe - in diesen informationsflutigen Zeiten ist Aufmerksamkeit, ist Kontakt zum potentiellen Kunden oder Mitarbeiter die Währung schlechthin.

Publikation wird von der Einbahnstraße zu Kommunikation. Heißt: Der Response, die Antwort, der Rückkanal muss mitgedacht, bedient werden. Und - noch „schlimmer“: das Ganze ist nie „fertig“. Digitale Publikationsformen sind ständiger Veränderung unterworfen, Kommunikation also ein kontinuierlicher Prozess, und das Verhalten in diesem Prozess wirkt „ganz nebenher“ in der Öffentlichkeit imagebildend. Auch für die Company, ihr Produkt, ihre Dienstleistung.

Ein wichtiges und breites Thema, das die WIR aufgreift - es kann wirklich nicht schaden, von Experten und Praktikern mehr darüber zu erfahren, um vielleicht epische Reinfälle zu vermeiden und von best-practice Beispielen zu profitieren. Viel Spaß bei der Lektüre! Ich grüße Sie herzlich.

Christian Pakusch
Bürgermeister

WIR[®]

April - Juni 2023

INHALT

Neues aus der Wirtschaft 4-7
Runder Tisch Landwirtschaft 8
Firmenportrait Pape + Rohde 9



Neubau Stadtwerke 10
Studie social health@work 11
5 Fragen an Markus Schaaf 12
Firmenportrait Cichon GmbH 13



Titelthema 1: Kunden und Mitarbeiter . 12-19
Titelthema 2: Zielgruppe, Content .. 20-22
Firmenportrait Tölke + Fischer 23
Neu in Willich 24
Firmenportrait OES-Line 25
Firmenportrait Media Spectrum ... 26-27
Namen und Nachrichten 29-32
Tips der Agentur für Arbeit 33
In Person: Peer Cox 34
Kultur im Quartal 35
City Live 36-37
Impressum/Kontakte 39



Wie lecker ist Ihre
Mittagspause heute?
Mittagsangebote auf
einen Blick unter
www.wir-willich.de

Wieder 25-jähriges Betriebsjubiläum beim „Stern von Willich“



Foto: Privat

■ Vor 25 Jahren hat Gabriele Kuller beim „Stern von Willich“ als Buchhalterin begonnen. Bevor sie beim „Stern von Willich“ anfang, sammelte sie Erfahrungen in einem anderen Mercedes-Benz Autohaus. Mit kaufmännischem und steuerlichem Sachverstand arbeitet die geprüfte Bilanzbuchhalterin in der Buchhaltung und Personalverwaltung. Außerdem ist sie Ausbilderin und geschätzte Ansprechpartnerin für die kaufmännischen Auszubildenden im Unternehmen. Geschäftsführer Thomas Schmid: „In all den Jahren hat sich Gabriele Kuller durch ihre Erfahrung und Treue, ihr tägliches Engagement und ihre Zuverlässigkeit ausgezeichnet und sich dadurch zu einer unverzichtbaren Mitarbeiterin entwickelt.“

Kooperation der Kranexperten

■ Neue europäische Kooperation im Bereich der Werkstattkrane: Die Siegfried Frenzen GmbH aus Deutschland und Gruniverpal (GT Cranes) aus Italien arbeiten zukünftig zusammen und vergrößern ihr jeweiliges Programm, indem sie ihre Produkte exklusiv im Partnerland vertreiben. Beide Familienunternehmen haben jahrzehntelange Erfahrung im Bau von Qualitäts-Kranen und bieten kundenorientierte Lösungen für vielfältige Hebe- und Transportaufgaben in der Industrie. Als Exklusiv-Vertriebspartner können die beiden Unternehmen ab sofort jegliche Kundenwünsche in allen Preisklassen erfüllen - vom manuellen Werkstattkran mit 300 Kilogramm Tragkraft über den hochwertigen Hydrobull® Industriekran mit Fahrpositionierer oder den teilelektrischen Elektrobull® Kran bis hin zum vollelektrischen Kran inklusive aus- und einfahrbarem Ausleger und Industrie-4.0-Ausstattung. Im Herbst 2022 haben die Siegfried Frenzen GmbH und Gruniverpal bereits gemeinsam auf der Kunststoffmesse K in Düsseldorf ihre Produktprogramme präsentiert und die Zusammenarbeit besiegelt. Unser Bild: Susanne Münch von der Siegfried Frenzen GmbH mit dem Team von Gruniverpal auf der Messe K in Düsseldorf.



Foto: Siegfried Frenzen GmbH

Neuer Pächter bei Benny's Pizza



Foto: LWS/WIR

■ Esef Erdogan ist der neue Pächter von Benny's Pizza an der Dammstraße 13 in Willich. Der Gastronom hat langjährige Erfahrung im Familienbetrieb in Düsseldorf gesammelt und sich nun den Wunsch nach Selbstständigkeit erfüllt. Benny's Pizza Café-Bar-Restaurant ist täglich geöffnet - montags bis freitags von 11 bis 22.30, samstags und sonntags von 14 bis 22.30 Uhr - und bietet Bestell- und Lieferservice im gesamten Stadtgebiet an. Erdogan hat das Angebot erweitert und legt Wert auf eine gehobene italienische Küche. Auf der Speisekarte stehen nun neben Pizza und Pasta sowie Salaten auch Risotto, Schnitzelgerichte, Baguettes, Wraps, Burger und Snacks. Außerdem gibt es zwischen 11 und 17 Uhr Kuchen und Torten, selbstgemachte Waffeln und Crepes sowie Eisspezialitäten.

Prüfung bestanden

■ Die beiden „Stern von Willich“-Azubis Noah Boecker und Berjin Akbulut haben im Januar ihre Abschlussprüfung zum Kfz-Mechatroniker mit der Zusatzqualifikation Hochvolttechnik vor der Handwerkskammer bestanden. Besonders stolz zeigt sich das Unternehmen über die guten Ergebnisse, die die beiden Absolventen erzielt haben. Beide haben weitere Ziele vor Augen und bleiben ihrem Ausbildungsbetrieb erhalten. Noah Boecker wird im Oktober 2023 ein Studium im Wirtschaftsingenieurwesen beginnen, Berjin Akbulut wird im April 2023 eine Ausbildung zum Kfz-Meister starten. Bis dahin und auch eingeschränkt während ihrer weiteren Ausbildung werden die beiden als Kollegen in den Teams Pkw-Service und Lkw- und Transporter-Service anzutreffen sein.



Foto: Privat

Mrs. Sporty hat eine neue Inhaberin



Foto: LWS/WIR

■ Zum Jahresbeginn hat Babett Borowski den Frauensportclub Mrs. Sporty an der Bahnstraße 13 übernommen. Die 28-Jährige bringt langjährige Erfahrung aus ihren Tätigkeiten als Clubmanagerin in Neuss und Tönisvorst mit. Ihr Ziel ist es, den Schwerpunkt auf der individuellen Betreuung für das Personal-Training in Kleingruppen zu legen und das Training durch Kursangebote und Lymphdrainage zu erweitern. Jede Frau soll durch das individuelle Training und die intensive Trainingsbetreuung auf dem Weg zur Zielerreichung bestmöglich begleitet werden. Die Öffnungszeiten bleiben weiterhin täglich von 6 bis 22 Uhr bestehen.

■ Nach fast 20 Jahren erfolgreichem Aufbau und Führung des Unternehmens Gastro-Cool GmbH & Co. KG hat Christian Machers (rechts) das Ruder an seinen langjährigen Mitarbeiter Niklas Sluyter übergeben. Sluyter ist zum 1. Januar von der Vertriebsleitung in die Geschäftsführung gewechselt. „Herr Sluyter ist seit 2009 ein fester Teil des Unternehmens und bis heute immer maßgeblich an dessen erfolgreicher Entwicklung beteiligt gewesen. Ich bin mir sicher, dass seine Erfahrung und Kenntnisse dem Unternehmen auch in seiner zukünftigen Rolle zugutekommen werden,“ so Machers. Niklas Sluyter: „Ich bin sehr dankbar für das Vertrauen, das mir entgegengebracht wird, und freue mich, trotz der großen Fußstapfen in die ich trete, schon sehr auf die neue Herausforderung!“ In der Übergangszeit bleibt der 46-Jährige weiterhin Ansprechpartner für die bisher von ihm betreuten Key Accounts, die aber wie gewohnt auch vom übrigen Vertriebsteam des Unternehmens betreut werden. Christian Machers wird sich als kreativer Kopf des Unternehmens zukünftig noch intensiver mit der Produktentwicklung und -innovation sowie dem Bereich Marketing auseinandersetzen und damit weiterhin aktiv am Tagesgeschäft teilnehmen.



Foto: Gastro-Cool

Führungswechsel bei Gastro Cool



Foto: Privat

■ Mit einem aktuellen Projekt beweist das Unternehmen ROEBEN GAS GmbH & Co. KG seine Verantwortung für Klima und Umwelt. Kathrin Lommes und Lutz Karänke, für den Vertrieb von Flaschengas verantwortlich: „Zwar gehört Flüssiggas zu den umweltfreundlichen Energieträgern - aber ganz ohne CO₂-Emissionen geht es nicht. Zum Ausgleich unterstützen wir mit Beträgen aus dem Flaschenverkauf ein Umweltprojekt, das sich unter anderem für das Bujagali Wasserkraftprojekt einsetzt. Dabei handelt es sich um eine Wasserkraftanlage am Victoria-Nil in der Republik Uganda. Die gesamte installierte Kapazität des Projekts besteht aus fünf 52,7 MW Turbinen. Das Kraftwerk trägt zu einem 90-prozentigen Anteil von erneuerbaren Energien im ugandischen Stromnetz bei, was das Land zu einem der saubersten Stromerzeuger der Welt macht.“

ROEBEN GAS: Umwelt-Aktion zum CO₂-Ausgleich

IT-Support & Fernwartung | Hard- & Software | Cloud-IT & Online-Backup | Webseitenerstellung | Telefonanlagen & DSL & Netzwerke | Datenschutz & -sicherheit

Damit Ihre IT keine endlose Geschichte wird.

- ▶▶ Unsere passgenauen Lösungen sorgen dafür, dass Ihre IT jederzeit stabil läuft.
- ▶▶ Wir denken vorausschauend und wehren mögliche Gefahren schon im Vorfeld ab.
- ▶▶ Ideal für Unternehmen, die auf eine funktionierende und sichere IT angewiesen sind.

Wir können IT. Lassen Sie uns miteinander reden!

Sascha Kain

SKI
IT-SYSTEMHAUS
www.kain-it.de

SK Informationssysteme e.K. | Kirchplatz 2 | 47877 Willich | info@kain-it.de | Telefon: 02156 - 91 52 641

Neuer Centerleiter bei Toelke & Fischer



Foto: ToeFi

■ Markus Winzen heißt der neue Centerleiter am Standort Willich der Toelke & Fischer GmbH & Co. KG. Der 40-Jährige, der seit seiner Ausbildung in der Automobilbranche beschäftigt ist, bringt für seine Tätigkeit bei Toelke & Fischer Erfahrungen in allen Abteilungen mit. Sein besonderer Schwerpunkt liegt in den Bereichen **Vertrieb und Service**. Winzen ist verantwortlich für den **Verkauf von Neuwagen der Marke VW, den Service- und Werkstattbereich sowie den Gebrauchtwagen-Vertrieb**, welcher die gleichen Marken VW-PKW und -Nutzfahrzeuge, Audi, Skoda, Seat und Cupra wie im gesamten Service und Werkstattbereich umfasst. Markus Winzen ist auch Ansprechpartner für Unternehmer in allen Fragen rund um **Firmenfahrzeuge und Flottenmanagement**. www.toefi.de

Fahrwerk eröffnet dritte Fahrschule

■ Mit dem „Fahrwerk“ an der Willicher Straße 3 in Schiefbahn hat Stephan Lückeroth nach Standorten in Willich und Neersen seine dritte Fahrschule eröffnet. Damit entspricht er dem Wunsch und der Nachfrage besonders junger Fahrschüler aus Schiefbahn nach einem Standort vor Ort. Gemeinsam mit **sechs weiteren Fahrlehrern und Fahrlehrerinnen** - darunter einem Auszubildenden - unterrichtet er Fahrschüler auf **Schalt- und Automatik-Fahrzeugen, alle Motorradklassen** sowie im **Fahren mit Anhänger**. Zur Fahrwerk-Fahrzeugflotte gehören auch **vier Elektroautos**. Öffnungszeiten in Schiefbahn sind **mittwochs und freitags von 16 bis 18 Uhr**; danach finden der **Theorieunterricht** statt. Schiefbahner Fahrschüler können aber auch am Theorieunterricht in Willich und Neersen teilnehmen sowie den **Fahrsimulator** in Willich nutzen. www.fahrwerk-willich.de



Foto: LWS/WIR

Unterstützung fortgesetzt: Halle 22 spendet für Kinderschutzbund



Foto: Halle 22

■ „Wir finden die Arbeit des Kinderschutzbundes wichtig und wertvoll und unterstützen das gerne“: Theresa Töllner und Thomas Mathes (Fitness- und Gesundheitsstudio Halle 22) übergaben jetzt eine Spende von 1000 Euro an Barbara Jäschke und Dieter Lambertz, die Vorsitzenden des KSB Ortsvereins Willich. Die Spende setzt sich zusammen aus Beiträgen der Mitglieder beim einwöchigen „XXS Hüttenzauber“ vor Weihnachten, die die Studioleitung dann auf die vierstellige Summe aufgerundet hat. Studioinhaberin **Edith Gribbs** unterstützt den KSB immer wieder mit Spendenaktionen und sponsert auch die **Baby-Willkommenstasche** des Kinderschutzbundes: Junge Eltern erhalten auf Wunsch eine Tasche mit verschiedenen **Gutscheinen** etwa für **Baby-Nahrung**, Informationen über **Angebote für Babys, Kleinkinder und Familien in Willich und Geschenken** - darunter einem **Baby-Body**, den die Halle 22 sponsert. „Die Förderung von Beweglichkeit und Gesundheit für Kinder ist Teil des Konzeptes in unserem Studio. Wir sind gerade dabei, diesen Bereich noch weiter zu entwickeln. Daher macht es für uns Sinn, die Spende an den KSB zu geben“, meint Theresa Töllner. Unser Bild: Der Kinderschutzbund leistet wertvolle Arbeit - darin waren sich **Theresa Töllner** (links) und **Thomas Mathes** (rechts) bei der Spendenübergabe an **Barbara Jäschke** und **Dieter Lambertz** einig. www.halle22.de

BARMER baut Beratungsangebot in Willich aus

■ Die BARMER im Kreis Viersen hat ihre Firmenkundenberatung ausgebaut und gestärkt und reagiert damit auf die steigende Nachfrage nach **Gesundheits- und sozialversicherungsrechtlichen Themen von Unternehmen** in der Region. Zum neu aufgestellten Team gehören **Sebastian Claessens** (Firmenkundenberater Willich, Foto), **Torsten Knaust** (Spezialist und Ansprechpartner für Steuerberatungen) **Anna Sophia Siemes** und **Anna-Lena Buschhorn** (Expertinnen für Gesundheits- und Präventionsberatung, Begleitung von Veranstaltungen), **Thomas Hüren** (Berater Firmengesundheit) und **Lukas Schabram** (Regionalgeschäftsführer BARMER Kreis Viersen). www.barmer.de



Foto: Barmer

Firmen-Events im Willicher Kino

■ **Willich hat wieder ein Kino!** Nach jahrzehntelangem Leerstand eröffnete Ende Februar das „Lichtspieltheater Willich“ unter der Federführung des gleichnamigen Vereins. An der **Kreuzstraße 28** mitten im Herzen von in **Alt-Willich** - über der Discothek „Melody“ - ist ein kleines, feines Kino entstanden, in dem **zwischen 70 und 99 Filmfreunde** Platz finden. Man

sitzt entweder in **klassischen Kinoreihen**, auf **bequemen Stühlen und Sesselchen** oder **paarweise auf Zweiersofas**. Dazwischen stehen **kleine Tischchen mit dezenter Beleuchtung**, damit man die Getränke abstellen kann, die man vorher im **Foyer** erworben hat. Bei der **eleganten Farbgebung** herrschen **geschmackvolle Pastelltöne** vor, **altrosa** und **moosgrün** dominieren die Sitzgelegenheiten.



Foto: LWS/WIR

Gezeigt werden **donnerstags bis sonntags pro Abend zwei unterschiedliche Filme**, die **wöchentlich wechseln**; für die Kinder gibt es **am Wochenende auch frühere Vorstellungen**. Das „Lichtspieltheater Willich“ will ein **Programm- oder Arthouse-Kino** sein, will **Klassiker und aktuelle Filme** zeigen. Dafür sorgt **modernste Technik** für **Bild und Ton**. Die **Eintrittspreise sind moderat**, ebenso die **Preise für Getränke und kleine Snacks**. Unter der **Leinwand** wurde eine **kleine Bühne** gebaut, und der Verein möchte an den Tagen, an denen keine Filme gezeigt werden, hier **Raum für Kleinkunst** bieten.

Die sieben Hauptverantwortlichen des Vereins - **Nicole Düser, Manuela und Rüdiger von Gehlen, Bettina und Wolf Günther** sowie **Heike Schlichting und Oliver Brülin** - betreiben das Kino **ehrenamtlich**, neben ihren Hauptberufen. **Finanziert hat den Umbau die Grundstücksgesellschaft der Stadt Willich (GSG)**, die das gesamte Gebäude bereits 2020 erworben hatte und im vergangenen Jahr zunächst das „Melody“ renovierte und wiedereröffnete.

■ **Betriebe können Werbung buchen**
Um den Kinobetrieb **dauerhaft zu gewährleisten**, ist der Verein auf **Spenden und Fördermitgliedschaften** angewiesen. Der Saal kann auch von **Unternehmen gemietet** werden, entweder für **geschlossene Vorführungen** oder für **Firmen-Events**. Besonders hoffen die Betreiber aber auf die **Unterstützung der lokalen Geschäfte, Handwerksbetriebe und Firmen**, die vor der Ausstrahlung des eigentlichen Films eine **Kinowerbung** buchen. Ein entsprechender **Kontakt für eine professionelle Produktion** kann vermittelt werden. www.lichtspieltheater-willich.de

■ **Betriebe können Werbung buchen**
Um den Kinobetrieb **dauerhaft zu gewährleisten**, ist der Verein auf **Spenden und Fördermitgliedschaften** angewiesen. Der Saal kann auch von **Unternehmen gemietet** werden, entweder für **geschlossene Vorführungen** oder für **Firmen-Events**. Besonders hoffen die Betreiber aber auf die **Unterstützung der lokalen Geschäfte, Handwerksbetriebe und Firmen**, die vor der Ausstrahlung des eigentlichen Films eine **Kinowerbung** buchen. Ein entsprechender **Kontakt für eine professionelle Produktion** kann vermittelt werden. www.lichtspieltheater-willich.de

Willich hat wieder ein Kino!

Wir haben das alte Kino in der Kreuzstraße wiederbelebt - **im Februar ist der Kinobetrieb mit den ersten Filmen gestartet!** Das aktuelle Programm finden Sie auf unserer Website www.lichtspieltheater-willich.de.

Zusätzlich zum abwechslungsreichen Filmprogramm für alle Altersgruppen planen wir auch ein vielfältiges künstlerisches Angebot wie **Kleinkunst** oder **Lesungen**. Dafür haben wir neben einer **professionellen Bühne** eine **variable Möblierung**, die zum Teil aus **wunderschönen Sofas und Sesseln** besteht. An unserer **Bar im Vorraum** bieten wir Getränke, Popcorn und die üblichen Kino-Knabbereien. Für das alles sind wir auf **Unterstützung** angewiesen - durch: **Kinowerbung im Vorspann, mit Einspielern, Spenden (Spendenquittung), Fördermitgliedschaft, Anmietung der gesamten Location für Firmenveranstaltungen oder private Vorführungen, Gutscheine...**



In Zusammenarbeit mit der



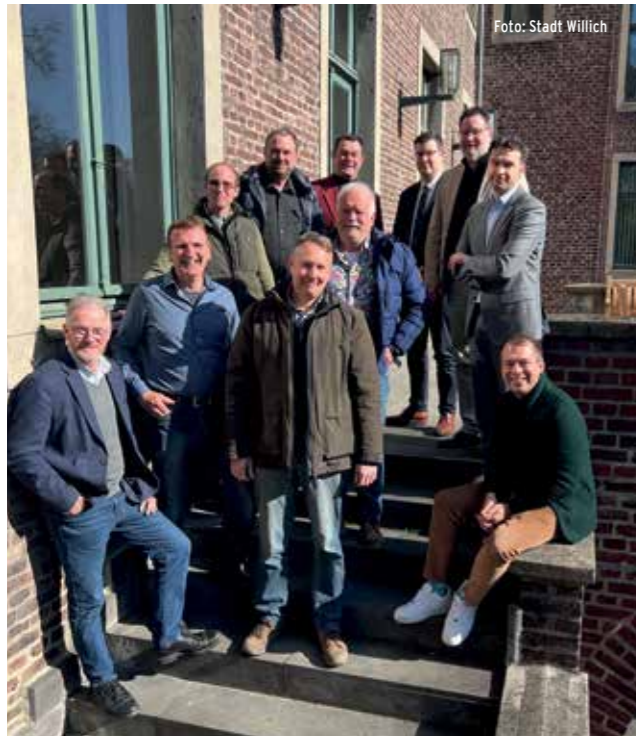
GRUNDSTÜCKSGESELLSCHAFT DER STADT WILLICH MBH

Jederzeit für Sie da.
02156 / 949-176
info@gsg-willich.de

Lichtspieltheater
Willich

Lichtspieltheater Willich | Kreuzstrasse 28 | 47877 Willich
E-Mail: info@lichtspieltheater-willich.de | www.lichtspieltheater-willich.de

„Runder Tisch der Landwirtschaft“



■ **Miteinander reden, um Probleme auf dem ganz kurzen Dienstweg aus der Welt zu schaffen** - das könnte als Leitidee über dem jährlichen „Runden Tisch der Landwirtschaft“ stehen, zu dem Bürgermeister **Christian Pakusch** ins Schloss eingeladen hatte. Wieder waren **Vertreter der lokalen und regionalen Landwirtschaft** gekommen, und wieder wurde um die Themen und Probleme nicht das sprichwörtliche Läppchen gewickelt - klare Ansagen und Worte sind in diesem Kreis das Mittel der Wahl.

■ Seitens der Stadt waren neben Bürgermeister Christian Pakusch der Erste und Technische Beigeordnete **Gregor Nachtwey** sowie der thematisch oft betroffene Geschäftsbereichsleiter **Andreas Hans** (GB Landschaft und Straßen) am Start; für die Landwirtschaft waren **Peter Friesen** (Ortsbauernvorsitzender Willich), **Sebastian Gores** (Geschäftsführer Kreisbauernschaft Krefeld-Viersen), **Dr. Michael Heintges** (Ortsbauernvorsitzender Anrath), **Thomas Heyes** (Stellvertretender Ortsbauernvorsitzender Willich), **Paul-Christian Küskens** (Vorsitz Kreisbauernschaft Krefeld-Viersen), **Christian Meyer** (Ortsbauernvorsitzender Schiefbahn) und **Helmut Oellers** (Ortsbauernvorsitzender Neersen) gekommen. Und auf Wunsch des Bürgermeisters nahm diesmal auch **Tafil Pufja**, Geschäftsführer der Stadtwerke Willich, teil - weil unter anderem das Thema **Agri-PV** auf der Tagesordnung stand: Unter **Agri-Photovoltaik** versteht man letztlich die **gleichzeitige Nutzung von Flächen für landwirtschaftliche Belange und Stromproduktion via Photovoltaik**. Dass diese Variante sich aus ihrer Sicht nur bedingt und längst nicht in allen Bereichen sinnvoll realisieren lässt, machten die Vertreter der Bauern-

schaft mehr als deutlich: Der eindeutige Tenor war, dass sich das Verfahren **nicht großflächig, sondern nur punktuell umsetzen** lasse und man darauf achten müsse, möglichst „viele Quadratmeter wertvollen Ackerlands den Nachfahren“ zu erhalten - Flächen, auf denen man auch in kommenden Generationen ökologisch wie ökonomisch sinnvoll produzieren könne.

■ Ein Aspekt: Unter vielen der **aufgeständerten PV-Anlagen** könne man mit heute üblichen, großen **Schleppern** und der passenden Gerätschaft oft kaum arbeiten. Tafil Pufja bot die **Stadtwerke** grundsätzlich als **Partner der Landwirtschaft** in diesem wie in anderen **Projekten in Sachen Energieerzeugung und -versorgung** an - äußerte sich aber auch dahingehend, dass derartige Modelle erst ab bestimmten Größenordnungen und in speziellen Konstruktionen Sinn machten und auch langfristig betrachtet und gerechnet werden müssten. Auch bei **Biogasanlagen** böte er beispielsweise Landwirten gerne **Partnerschaften für gemeinsame, zukunftsfähige Projekte** an - wobei klar sein müsse, dass „wir als Stadtwerke eben Stadtwerke ‚können‘ - das landwirtschaftliche Knowhow, die Expertise aus diesem Bereich muss dann eben von Seiten der Landwirte kommen.“

■ Weitere Themen des Gesprächskreises waren dann unter anderem „Klassiker“ wie die **Entwicklung der Energiepreise**, der **Zustand und Versorgung landwirtschaftlicher Wege** (ein seitens der Stadt versprochener **Hobel zur Bearbeitung von Banketten** steht kurz vor der Beschaffung Ende März), die **gemeinsame Nutzung der Wege von Landwirten und anderen** (Radler und Spaziergänger, Bürgermeister Christian Pakusch appellierte erneut an die gegenseitige Rücksichtnahme) oder der **Wildwuchs mancher (privater) Hecken**, der die Nutzung mancher Wege erschwere oder gar unmöglich mache. Nachtwey und Hans machten deutlich, dass hier ein Vorgehen halt an **rechtliche Grundlagen** gebunden sei, die schnellen, pragmatischen Lösung oft entgegenstünden.

Weiter waren

- **Heckenanpflanzungen im Fonger**
- **Elektromobilität und damit zusammenhängende Projekte**
- **Windkraftanlagen und entsprechende Flächen auf Stadtgebiet**
- **Wasserstofffähige Leitungen unter Münchheide V**
- **PV-Anlagen längs der Autobahnen und Bahnstrecken**
- **der Radius und die Anlage von Kreisverkehren**
- **die Entwicklung von Münchheide V und des zugehörigen Autobahnanschlusses**
- **das Aktive Mitwirken der Landwirtschaft am Grundwasserschutz**
(„Da kommen unsere Bemühungen viel zu wenig in der Bevölkerung an, das Image der Landwirte ist ein anderes“)
- **die Genehmigung von Osterfeuern**
- **das Ackerrandstreifenprogramm**

neben manch anderem Themen der breit angelegten Diskussion, und so blieb nach dem engagierten Gespräch neben **konkret vereinbarten Lösungsansätzen** und einer Reihe recht **pragmatischer Absprachen** unterm Strich auch der Wunsch, zu vielen dieser Punkte in Kontakt zu bleiben, weil eben auf dieser Ebene viele Probleme auf dem ganz kleinen Dienstweg geregelt werden können - und man sich gemeinsam im Austausch mit der Stadtspitze auch um die Lösung der größeren Probleme bemühen möchte.

PAPE + ROHDE - Experten für modernste Arbeitswelten



■ **Die Zeiten, als ein ergonomischer Bürostuhl oder ein höhenverstellbarer Schreibtisch als Inbegriffe für eine moderne Büroeinrichtung galten, sind lange vorbei.** Wer den Showroom der **PAPE + ROHDE GmbH & Co. Büroeinrichtung KG** im **Gewerbegebiet Stahlwerk Becker** betritt, bekommt auf **420 Quadratmetern Ausstellungsfläche** einen Eindruck, was „New Work“ bedeutet. „Die Büros von heute und morgen sind **modernste Arbeitswelten**, die für **Spaß, Bewegung, Abwechslung und gesundes Arbeiten** sorgen“, sagt **Oliver Dzaack**, einer der Gesellschafter von Pape + Rohde. Und Mit-Gesellschafter **Dominik Dzaack** ergänzt: „Gemeinsam mit unseren Kunden gehen wir neue Wege, denken Arbeit neu und brechen die Regeln eines tristen Büroalltags.“



■ **Seit über 100 Jahren** ist **PAPE + ROHDE** auf Büroeinrichtungen spezialisiert. Ein langer Weg, auf dem das Unternehmen kontinuierlich die vielen Veränderungen des Büroalltags begleitet hat. Oliver Dzaack: „Nie hat unsere Arbeitswelt einen Wandel erlebt wie in den vergangenen Jahren, nicht zuletzt durch den völlig neuen Stellenwert der Möglichkeit, im **HomeOffice** zu arbeiten. Diese Veränderung beinhaltet nicht nur eine **neue Art zu arbeiten**, sondern auch eine **neue Unternehmenskultur**. Durch HomeOffice freigewordene Büroflächen können anders genutzt und dadurch neu gestaltet werden. **New Work** steht für **Kommunikation und Kreativität** - das sollte sich auch in der Raumgestaltung widerspiegeln.“ Neben der **kompletten Fachberatung und Planung** dieser neuen Arbeitswelten **von der ersten Idee bis zur Realisation, Lieferung und Montage** bietet das Team von Pape + Rohde seinen Kunden deshalb auch **individuelles Coaching und Consulting** an. „Diese Beratungsleistungen rücken immer stärker in den Fokus unserer Arbeit. Denn vor dem Hintergrund des **Fachkräftemangels** hat sich der Arbeitsmarkt zum **Bewerbermarkt** entwickelt; Unternehmen müssen heute viel bieten, um sich als

attraktiver Arbeitgeber darzustellen. Wer ein ansprechendes Arbeitsumfeld in einem **Zukunftsbüro** vorzeigen kann, hat daher einen ganz entscheidenden Vorteil“, sagt Dzaack.

■ **PAPE + ROHDE ist zertifizierter Partner des Netzwerks „Hallo Arbeit“.** Dominik Dzaack: „Die Einheitslösungen von früher funktionieren heute nicht mehr. Ein Raum ist nicht mehr nur ein Raum. Es geht nicht nur um **Möblierung, Farbgestaltung** oder **Elemente zur Optimierung der Raumakustik**. Die Unternehmen müssen sich zudem Fragen stellen wie: **Welche strategischen und organisatorischen Ziele sollen mit einer Umgestaltung unterstützt werden? Welche Arbeitsweisen und -prozesse gibt es, können die in Zukunft optimiert werden? Welche Kommunikationswege sind nötig, wie kann Wissensaustausch gefördert werden? Welche Rolle spielen Mobiles Arbeiten, Desk-Sharing oder Coworking-Spaces?** Neue Arbeitswelten müssen individuell gestaltet werden, auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter eingehen und einfach umwandelbar sein.“ Wobei auch der Aspekt der **Nachhaltigkeit** eine immer größere Bedeutung gewinnt: „Besonders unsere jüngeren Kunden legen viel Wert auf eine nachhaltige Produktion beziehungsweise die **Verarbeitung von recycelten Materialien**, zum Beispiel bei Bezugstoffen. Für **PAPE + ROHDE** eine Selbstverständlichkeit, denn wir arbeiten seit Jahrzehnten mit inhabergeführten deutschen und europäischen Lieferfirmen zusammen, die auf die Nachhaltigkeit ihrer Produkte achten.“



PAPE + ROHDE

büroeinrichtungen

PAPE + ROHDE GmbH & Co. Büroeinrichtung KG
Gewerbegebiet Stahlwerk Becker
Drahtzieherweg 10 · 47877 Willich
Tel. 02154 / 88 40 40
info@pape-rohde.de
www.pape-rohde-bueroeinrichtungen.de

Neubau Stadtwerke: Zukunft zum Anfassen

Alle Fotos: Stadtwerke



■ Im Dezember bereits zogen gut 110 Mitarbeitende der Stadtwerke Service Meerbusch Willich GmbH & Co. KG in den neuen Firmensitz im Willicher Gewerbepark - aufgrund der Pandemie und den daraus entstandenen Lieferverzögerungen von Baumaterial später als ursprünglich geplant. **Mitte März wurde der Bau offiziell eingeweiht.** „Unsere Bauphase hat zwar etwas länger gedauert, aber wir haben an unserem Anspruch festgehalten, die energieeffizienteste Bauweise umzusetzen, die es aktuell am Markt gibt“, sagt **Tafil Pufja**, Geschäftsführer der Stadtwerke Meerbusch Willich. Der neue Firmensitz vereint viele **Zukunftstechnologien**. So wird zum Heizen beispielsweise natürliche **Erdwärme** genutzt. Dafür wurden **elf Sonden 99 Meter tief** in die Erde gebohrt. Die daran angeschlossene **klimafreundliche Sole-Wasser-Wärmepumpe** bildet die Grundlage des Heizsystems. Das Besondere: **Überschüssige Wärme kann gespeichert und bei Bedarf zur Verfügung gestellt werden.** Generell wurde beim Neubau darauf geachtet, so viel Wärme wie möglich aus dem bestehenden System heraus zurückzugewinnen. In den Böden und Deckenwänden des Gebäudes befinden sich beispielsweise **Rohrleitungen**, die die Räume **sowohl heizen als auch kühlen** können. Möglich macht dies die **Lüftungsanlage** auf dem Dach, die im Winter die Abwärme des Gebäudes ins System zurückführt.



■ Abgesehen von den technischen Innovationen haben die Stadtwerke bei der **Gestaltung der Innenräume** Wert auf ein **modernes Bürokonzept** gelegt. Im alten Hauptgebäude an der **Brauereistraße** war es mit einer Bürofläche von **rund 1.400 Quadratmetern** schon seit einigen Jahren immer enger geworden. Dort zu modernisieren, wäre sehr aufwändig und teuer gewesen, mehr Fläche wäre nicht gewonnen worden. An der **Gießerallee** befinden sich nun **auf 3.500 Quadratmetern alle Abteilungen unter einem Dach**. Es sind viele **offene Bereiche** entstanden für **Austausch, kreative Entwicklungen und Arbeit in flexiblen Teams**. **Einzelbüros** gehören der Vergangenheit an, das gilt auch für **Geschäftsführung und Führungskräfte**. Wer ein vertrauliches Telefonat

führen oder mit der Kollegin in Ruhe ein Projekt diskutieren möchte, kann dafür spezielle kleinere Räume nutzen.

■ **Tafil Pufja:** „Dieses offene Konzept unterstützt uns dabei, **neue Ansätze von Führung, Kooperation und Zusammenarbeit zu etablieren**. Wir setzen auf **flachere Hierarchien**, viel mehr **Transparenz** und machen kollaboratives Arbeiten möglich. Das alles sind wichtige Faktoren, die uns auch als Arbeitgeber attraktiv machen.“

■ Von den technologischen Innovationen profitieren nicht nur die Mitarbeitenden der Stadtwerke - in Zukunft möchte das Unternehmen **interessierten Bürgerinnen und Bürgern** die Möglichkeit geben, **vor Ort innovative Energielösungen an Modulen zu testen** und sich mit den **Energie-Expert:innen der Stadtwerke auszutauschen**. „Unser Firmensitz soll sich als **Lern- und Anschauungsort rund um Energiethemen** entwickeln und zum **Wissensaustausch** anregen“, so **Tafil Pufja**. „Wir können von den Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden genauso lernen, wie sie von unserer Expertise.“

■ **Interessierte Bürgerinnen und Bürger sind herzlich willkommen, den neuen Firmensitz zu besuchen.**



Studie „social health@work“: Trend zum Homeoffice schwächt sich ab

■ **Mit dem Ende der Corona-Pandemie arbeiten die Menschen seltener im Homeoffice.** Das geht aus der aktuellen Studie „social health@work“ der **BARMER** und der **Universität St. Gallen** hervor. Demnach haben Beschäftigte in Deutschland während der Corona-Pandemie **bis zu 35 Prozent ihrer Arbeitszeit** im Homeoffice gearbeitet, im Herbst 2022 ging dieser Anteil auf etwa **28 Prozent** zurück. Zugleich gewinnen **hybride Arbeitsmeetings** an Bedeutung, bei denen **einige Teilnehmerinnen und Teilnehmer im Büro** sind und andere per **Videokonferenz** zugeschaltet werden. Diese Praxis trifft aktuell auf **knapp 40 Prozent** der Beschäftigten zu. „Mit dem Ende der Pandemie wird die Arbeit **hybrider**. Es wird weiter im Homeoffice, aber auch wieder mehr im Büro gearbeitet. Für Unternehmen bringt die aktuelle Arbeitssituation **neue Herausforderungen** mit sich. Sie sind aufgefordert, **mobiles Arbeiten** nach der Pandemie **gesund, erfolgreich und nachhaltig** zu gestalten“, sagte **Prof. Dr. med. Christoph Straub**, Vorstandsvorsitzender der **BARMER**, bei der Vorstellung der Studie im **SZ Institut München**. Für die Studie „social health@work“ seien von **Juli bis September 2022 mehr als 12.000 Beschäftigte** aus **22 Branchen** in ganz Deutschland befragt worden.

■ Den Ergebnissen der Studie zufolge gelingt es mobil tätigen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern besser, im Homeoffice **Job und Privatleben zu trennen**. Das wirkt sich direkt auf die Gesundheit der mobil Arbeitenden aus, weil dadurch **Stress im Homeoffice besser vermieden** werden kann. „Vor allem die **Abgrenzung des Arbeitsortes vom privaten Umfeld** ist im Homeoffice wichtig, um die Gesundheit der mobil Arbeitenden zu schützen“, sagte Studienautor **Prof. Dr. Stefan Böhm** von der **Universität St. Gallen**. Diese Abgrenzung gelinge Männern besser als Frauen. Aktuell berichteten **62 Prozent der Männer**, den Arbeitsort gut vom Privatleben abgrenzen zu können, jedoch nur **55 Prozent der Frauen**. Vor allem die Beschäftigten, die ihre Arbeit im Homeoffice mit einer **aktiven Freizeitgestaltung** verbinden könnten, hätten dadurch **gesundheitliche Vorteile**. Ihre Stressbelastung werde deutlich geringer. Dieser Vorteil vergrößere sich noch, wenn es den Beschäftigten gelinge, sich zu Beginn eines Arbeitstages mental auf ihre Arbeit im heimischen Umfeld einzustellen. Das senke das Stresslevel zusätzlich.

■ Aus der Studie geht des Weiteren hervor, dass gesunde mobile Arbeit neben anderen Faktoren wesentlich davon abhängt, wie gut sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter **inkludiert** fühlen. Ein **inklusives Teamklima** wirkt sich dabei positiv auf die Gesundheit der Arbeitnehmer aus. Dasselbe gilt für die **Arbeits- und Karrierezufriedenheit** und die **Arbeitsleistung**. Zugleich sinkt der Wunsch der Beschäftigten, ihre Stelle zu kündigen. „Unternehmen stehen aktuell vor der Herausforderung, nach der Pandemie die Rahmenbedingungen für gesunde, erfolgreiche und nachhaltige Arbeit zu schaffen“, sagte **BARMER-Chef Straub**. Mehr zur Studie „social health@work“: www.barmert.de/f005255.



Einfach mehr bekommen

Jetzt Probefahrt vereinbaren

Die neuen MOVE Sondermodelle

Was für ein Team: Die zahlreichen Modelle machen das, was sie am besten können – mit Highlight-Ausstattung begeistern, z.B. mit dem Infotainment-System „Ready 2 Discover“, den beheizbaren Vordersitzen und der Klimaanlage „Air Care Climatronic“. Welches landet bei Ihnen einen Volltreffer?

Fahrzeugaabbildung zeigt Sonderausstattungen. Stand 03/2023. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

TÖLKE + FISCHER GRUPPE

Tölke & Fischer GmbH & Co. KG
Tölke & Fischer Volkswagen Exklusiv Willich
Jakob-Kaiser-Str. 3 · 47877 Willich · Tel. 02154 888-111 · www.toefi.de

5 Fragen an... Markus Schaaf, Digitalcoach Handelsverband NRW



Foto: HV NRW

WI®: Was ist ein Digitalcoach?

Markus Schaaf: Die Digitalcoaches des Handelsverband NRW helfen kleinen und mittelgroßen Unternehmen (KMU) in Nordrhein-Westfalen dabei, die Potenziale der Digitalisierung zu nutzen und sich auf die Herausforderungen der digitalen Transformation vorzubereiten. Durch die Unterstützung des Landes NRW ist das Angebot kostenfrei. Die Digitalcoaches sind Experten zwischen den Welten des Handels und der Anbieter digitaler Lösungen. So helfen Sie den Unternehmen, digitale Lösungen in ihre Geschäftsprozesse zu integrieren.

WI®: Welchen beruflichen Hintergrund haben Digitalcoaches?

Markus Schaaf: Digitalcoaches haben in der Regel einen beruflichen Hintergrund in den Bereichen Digitalisierung, Marketing, Informationstechnologie (IT) oder Unternehmensberatung und Erfahrung in der Handelswelt. Sie verfügen über Kenntnisse und Erfahrungen in der Anwendung digitaler Technologien und können Unternehmen bei der Entwicklung und Umsetzung von Digitalisierungsstrategien unterstützen. Vor allem aber müssen sie kommunikationsstarke Netzwerker sein.

WI®: Was macht ein Digitalcoach?

Markus Schaaf: Die Digitalcoaches NRW helfen bei der Orientierung im digitalen Kosmos, sie unterstützen Unternehmen bei der Erstellung von Digitalisierungsstrategien, bei der Auswahl geeigneter digitaler Technologien und bei der Umsetzung von Digitalisierungsprojekten. Sie helfen auch bei Fragen des Online-Marketings und der Digitalisierungsmöglichkeiten im Geschäft und helfen bei der Schulungsplanung von Inhabern und deren Mitarbeitern im Umgang mit digitalen Technologien. Meiner Meinung nach sollten drei Faktoren bei den verschiedenen Digitalisierungsmaßnahmen im Verhältnis stehe: Zeit, Geld und Know-How. Bei dem Thema Geld und Know-How versuchen wir anzusetzen, mit Wissensvermittlung oder Aufklärung zu Förderprogrammen. Den Faktor Zeit muss der Händler mitbringen. Das Programm „Digitalcoach NRW“ wird vom Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen finanziert und vom Handelsverband NRW umgesetzt.

WI®: Welche Inhalte sprechen Sie bei den Geschäftsleuten konkret an?

Markus Schaaf: Als Digitalcoach kann ich den Geschäftsleuten eine breite Palette von Themen anbieten, die auf die individuellen Bedürfnisse und Herausforderungen ihres Unternehmens zugeschnitten sind. Einige der möglichen Inhalte, die ich mit den Geschäftsleuten besprechen könnte, sind:

- Digitalisierungsstrategien und Roadmaps: Entwicklung einer individuellen Digitalisierungsstrategie und eines Plans zur Umsetzung.
- Digitale Geschäftsmodelle: Untersuchung und Bewertung von Möglichkeiten zur Entwicklung neuer digitaler Geschäftsmodelle.
- E-Commerce: Entwicklung und Implementierung von Online-Verkaufsstrategien und Lösungen.
- Digitales Marketing: Beratung zur Entwicklung und Umsetzung von Online-Marketing-Strategien, einschließlich Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Social-Media-Marketing.

• **Prozessoptimierung:** Analyse und Verbesserung von Geschäftsprozessen durch digitale Technologien.

• **Digital Leadership:** Schulung von Führungskräften in den Bereichen Digitalisierung und Innovation.

Es ist jedoch wichtig zu betonen, dass die Inhalte des Coachings stark von den spezifischen Bedürfnissen des Unternehmens und seiner Branche abhängen. Daher werde ich mich immer bemühen, individuelle Lösungen und Empfehlungen für jedes Unternehmen zu finden. Auf der anderen Seite sind wir vor allem dafür da, Impulse zu geben und Händler für die Zusammenarbeit mit Digitaldienstleistern fit zu machen.

WI®: Wie können Sie Interessenten darüber hinaus noch begleiten?

Markus Schaaf: Als Digitalcoach kann ich Interessenten auf verschiedene Arten begleiten. Einige der möglichen Möglichkeiten sind:

• **Analyse:** Zunächst werde ich gemeinsam mit dem Unternehmen eine Analyse durchführen, um den Status quo und die Herausforderungen zu identifizieren. Hierbei wird der Digitalisierungsgrad des Unternehmens, die vorhandenen Technologien und Prozesse sowie die Bedürfnisse der Kunden und Mitarbeiter berücksichtigt. Auf Basis dieser Analyse können wir konkrete Ziele und Maßnahmen entwickeln.

• **Unterstützung:** Auf Basis der Analyse und der identifizierten Ziele und Maßnahmen werde ich das Unternehmen bei der Umsetzung von konkreten Digitalisierungsmaßnahmen beraten. Hierbei stehe ich dem Unternehmen als Sparringspartner zur Verfügung und helfe bei der Auswahl der passenden Technologien und Dienstleistungen.

• **Schulung:** Bei Bedarf biete ich Schulungen für Mitarbeiter und Führungskräfte an, um das Verständnis für digitale Technologien und Prozesse zu verbessern. Hierbei geht es auch um die Förderung einer digitalen Kultur im Unternehmen.

• **Monitoring und Evaluierung:** Nach der Implementierung der Maßnahmen ist es wichtig, den Erfolg der Digitalisierungsmaßnahmen zu messen und zu evaluieren. Hierbei kann ich das Unternehmen unterstützen, indem ich regelmäßig den Fortschritt und die Wirksamkeit der Maßnahmen überwache.

• **Netzwerk:** Als Digitalcoach verfüge ich über ein Netzwerk von Experten und Partnern, die bei Bedarf in den Unterstützungsprozess mit einbezogen werden können. Das Netzwerk kann beispielsweise bei der Umsetzung von konkreten Projekten oder bei der Lösung von spezifischen Herausforderungen unterstützen.

Diese Begleitung ist sehr individuell auf die Bedürfnisse des jeweiligen Unternehmens abgestimmt und kann je nach Situation angepasst werden. Aber auch hier geht es nicht darum, wie ein Berater im Auftrag fertige Konzepte zu erstellen, sondern wir helfen dabei, die ersten oder nächsten Schritte zu gehen. Dabei helfen mir zahlreiche Akteure im Netzwerk des Handelsverbandes.

Cichon Personalmanagement – von Mensch zu Mensch



■ Wer in Nordrhein-Westfalen einen erfahrenen Dienstleister im Bereich Personalmanagement sucht, der findet bei der Cichon Personalmanagement GmbH die richtigen Ansprechpartner. An zehn Standorten von Bergheim bis Gelsenkirchen gibt es Büros des Unternehmens – was viel über die Philosophie von Cichon Personalmanagement aussagt. „Unser unternehmerischer Leitfaden lautet: **Dienstleistungen von Mensch zu Mensch!** Es ist für uns extrem wichtig, die **Persönlichkeiten, Arbeitsprozesse und Unternehmenskulturen** unserer Kunden vor Ort kennenzulernen und eine **Vertrauensbasis** zu schaffen. Nur so können wir unsere externen Mitarbeiter gezielt einsetzen oder fest vermitteln und beide Geschäftspartner – unsere Kunden und unsere Mitarbeiter – mit **maßgeschneiderten Arbeitsbeziehungen** zufriedenstellen“, beschreibt **Christian Cichon**, Geschäftsführender Gesellschafter, das Credo seines Unternehmens.

■ 2009 gründete der heute 36-Jährige, der aus **Schiefbahn** stammt, das Unternehmen in **Viersen**. Seitdem hat sich Cichon Personalmanagement nicht nur gesund entwickelt, sondern ist auch stetig gewachsen. Cichon: „Als inhabergeführtes Unternehmen bieten wir für Bewerber und Unternehmen ein breites Portfolio an Dienstleistungen – von der **Zeitarbeit** über die **Personalvermittlung** bis zu **Full-Service-Zusatzleistungen** wie dem **On-Site-Management**. Dabei legen wir Wert auf **faire Konditionen** und ein **persönliches, respektvolles Miteinander**. Das verbindet uns mit vielen mittelständischen Familienunternehmen in unserer Region.“ **Der Fokus der Dienstleistungen liegt auf der Vermittlung und Überlassung von Arbeits-, Fach- und Führungskräften in nahezu jede Branche.** Auf Wunsch steu-

ert Cichon Personalmanagement auch **sämtliche Prozesse der Arbeitnehmerüberlassung und Personalvermittlung**. „Uns leitet der Gedanke, Bewerber und Unternehmen zusammenzuführen. Wir nehmen uns Zeit für Gespräche mit Bewerbern und unseren eingesetzten Mitarbeitern sowie mit Verantwortlichen vor Ort in den Unternehmen. Das ist **Kommunikation auf Augenhöhe**“, so Cichon. Wobei die Partnerschaft für Cichon nicht mit den Geschäftsbeziehungen endet: Für den erfolgreichen Unternehmer ist es **Ehrensache**, zahlreiche **Vereine und Veranstaltungen** in der Region zu sponsern und zu unterstützen.

■ **Zirka 3500 externe Mitarbeiter** sind bei Cichon Personalmanagement unter Vertrag, **mehr als 350 Unternehmen in NRW** gehören zu den Stammkunden des Personal-Dienstleisters. **80 eigene Mitarbeiter** sind an den zehn Standorten aktiv, darunter **zahlreiche Auszubildende**. Gerade ist ein **Kernteam von 30 Kollegen** in den neuen Firmensitz im **Gewerbepark Stahlwerk Becker** in Willich gezogen. Cichon: „Mit dem Umzug in das so genannte **Wasserwerk** haben wir einen neuen Firmensitz mit einem **unvergleichlichen Ambiente** gefunden, das nicht nur für uns, sondern auch für unsere Kunden viel Raum zur Begegnung und Kommunikation bietet.“

Cichon 
Personalmanagement

Cichon Personalmanagement GmbH
Walzwerkstraße 12 · 47877 Willich
Tel. 02154 – 8918-0
E-Mail: info@cichon-pm.de
Internet: www.cichon-pm.de



Fotos: LWS/WIR

Social media-Marketing: Kunden und Mitarbeiter gewinnen

Noch vor wenigen Jahren galten Social Media-Plattformen wie Facebook & Co. eher als Austauschmöglichkeiten auf rein privater Ebene. Doch längst hat die Wirtschaft die Möglichkeiten entdeckt, die sich bieten, um auf seine Produkte und Dienstleistungen aufmerksam zu machen oder sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren. Während große Konzerne und Unternehmen auch große Summen bewegen, um eine große Reichweite zu erzielen, setzen Willicher Geschäftsleute und Firmen eher auf Eigeninitiative oder lediglich professionelle Starthilfe.

■ „Social Media-Marketing ist etwas, das gut zu unserer Branche als **Veranstaltungs-Dienstleister** passt. Die Botschaft sowohl an Kunden als auch Mitarbeiter lautet: **Wir sind wie du und ich - nahbar, flexibel, teamfähig**“, sagt **Melanie Schobel**, Geschäftsführerin von **Media Spectrum**. Seit 2020 postet das Unternehmen neben seinem bereits vorhandenen **Facebook-Kanal** auch **Fotos, Videos und Stories von Produktionen und Mitarbeitern** auf **Instagram**, wobei viel Wert auf die **Ästhetik der Beiträge** gelegt wird. Inzwischen nutzt das Unternehmen **LinkedIn**, letzteres besonders, um **Fachkräfte** als neue Mitarbeiter zu gewinnen. Schobel: „Dabei schaffen wir eine **Verbindung zu der Karriereseite auf unserer Homepage**. Auf Facebook und Instagram posten wir allgemeine Inhalte, von **Technik-Inhalten über Schulungen und Projekte** bis hin zur **Betriebsfeier**.“ Aufgrund ihrer beruflichen Vorbildung betreut sie - gemeinsam mit einer Werkstudentin - die digitale Unternehmenspräsentation selbst. „Wir haben einen **Content-Plan** und versuchen regelmäßig zu posten. Wenn sich spontan eine Situation für einen interessanten Post ergibt, wird dieser schnell und einfach integriert.“ www.mediaspectrum.de



Foto: Media Spectrum

Melanie Schobel,
Media Spectrum
GmbH & Co. KG

■ Um eine neue Gästeklientel zu gewinnen, hat sich das Engagement auf Facebook für **Martina und Hans-Peter Lepsy** gelohnt; um **Personal** zu finden nicht. „Man sagt ja, dass auf Facebook die **Altersgruppe 35 plus** vertreten ist. Und tatsächlich haben wir durch unsere Facebook-Präsenz aus dieser Zielgruppe viele neue Gäste bekommen“, sagt **Martina Lepsy**. Seit 2016 hat das Restaurant einen **Facebook-Account**, den **Martina Lepsy** lange Jahre ausschließlich selbst betreute: „Vor zirka fünf Jahren haben sich zwei Studenten bei uns gemeldet und uns ihre **professionelle Unterstützung** angeboten. Das hat sich als Segen für uns erwiesen. Mittlerweile haben die beiden ihren Studienabschluss und führen eine erfolgreiche **Agentur für Social Media-Marketing** - und wir haben mehr Erfolg mit unserem Online-Auftritt.“ Lepsy's haben eine **monatliche Pauschale** mit der Agentur vereinbart. Dafür macht **alle drei Monate** ein Fotograf **neue Aufnahmen im Restaurant**, und **regelmäßig werden Inhalte besprochen**, zum Beispiel wenn **besondere Fisch-Spezialitäten** angeboten werden oder **Veranstaltungen** geplant sind. Aktuell probieren Lepsys mit Unterstützung der Agentur eine **neue Form der Interaktion** mit den Facebook-Usern aus: „Es gibt regelmäßig **Gewinnspiele mit einem Vier-Gang-Menu als Hauptpreis**. Wichtig ist, dass die Gewinner hinterher auch gezeigt werden, damit man sieht, dass das Ganze kein Fake ist, sondern alles seine Richtigkeit hat.“ Ab und zu schaltet **Martina Lepsy** darüber hinaus auch **Anzeigen** auf Facebook: „Die erreichen dann User in einem Umkreis von maximal 30 Kilometern.“ Für die **Suche nach neuen Mitarbeitern** sehen die Lepsys Facebook und Instagram, wo sie ebenfalls vertreten sind, **nicht als zielführend** an: „Wir haben es mal mit einer Stellenanzeige versucht, aber niemanden gefunden, der in unser Restaurant und unser Team passt.“ www.lepsys.de



Foto: Lepsy

Martina und
Hans-Peter
Lepsy, Lepsy's

■ Als 2017 der Entschluss getroffen wurde, dass **alimex** künftig auf Social Media-Plattformen präsent sein sollte, war für Geschäftsführer **Dr. Philip Grothe** auch klar, dass das Unternehmen die ersten Schritte **nicht ohne professionelle Begleitung** gehen sollte. „Das war eine fruchtbare und lehrreiche Zeit. Wir wussten, was wir vermitteln wollten, aber nicht, wie diese Inhalte in den Sozialen Medien am besten platziert werden können“, erinnert sich der **alimex-Geschäftsführer**. **Über ein Jahr lang ließ sich das Unternehmen begleiten**, inzwischen betreuen zwei Mitarbeiterinnen unter Federführung von **Gabriele Klaus** die diversen Accounts. Regelmäßig wird Content erstellt, möglichst aus allen Bereichen. Grothe: „Es gibt **vier Säulen** im Unternehmen, und diese bedienen wir gleichmäßig: unser **unique selling point**, die **Präzision und Perfektion des Werkstoffs Aluminium**, **Human Resources**, unsere **Werte als Familienunternehmen** und natürlich der **Wirkungsbereich**, den **alimex** als internationaler Player mit Bodenhaftung hat.“ So finden sich auf **Facebook, Instagram, LinkedIn** und dem eigenen **YouTube-Kanal** zum Beispiel Beiträge aus der **Produktion**, zu **Mitarbeiter-Jubiläen**, Hinweise auf **Produkte**, für die **alimex-Erzeugnisse** verwendet werden, **Stellenangebote** oder zu **Aktionen, an denen sich das Unternehmen beteiligt**. Da **alimex international** aufgestellt ist, sind viele Posts **sowohl in Deutsch als auch Englisch**. Grothe: „Wenn es um etwas Spezielles aus der Produktion oder um unsere Mitarbeiter geht, sind wir natürlich vorsichtig. Bis auf wenige Ausnahmen ziehen aber alle Mitarbeiter mit, wenn unser Social Media-Team sie um Mitwirkung bittet.“ Im Durchschnitt werden **drei Beiträge pro Woche** veröffentlicht. Der **Zeitaufwand**, den die Kolleginnen für die Vorbereitung und Umsetzung der Contents benötigen, ist **nicht reglementiert**. Die Zahlen der Klicks und Follower seien erfreulich, findet Grothe: „Ob **alimex** dadurch mehr Erfolg hat, lässt sich schwer sagen. Allerdings bekommen wir viel positive Resonanz von Kunden und auch Mitbewerbern, die uns seit unserer kontinuierlichen Präsenz in den Sozialen Medien viel konkreter als Unternehmen wahrnehmen.“ www.alimex.de



Foto: Privat

Dr. Philip
Grothe,
alimex GmbH

Kerstin Goertz, Tendenza



Foto: Privat

■ Kerstin Goertz hat schon früh Social Media für sich privat entdeckt und genutzt: „Ich bin ziemlich von Anfang an bei Facebook dabei. Ich finde es gut, wenn man hinter der Geschäftsfrau auch den privaten Menschen sehen kann.“ Deshalb war es für sie auch ganz selbstverständlich, diese Social Media-Plattformen auch für ihr **Modegeschäft** zu nutzen. Zumal sie entdeckt hat, dass sie durch ihre Posts und Stories „definitiv **neue Kundinnen**, auch außerhalb Willichs“ gewonnen hat. „Die meisten Interaktionen passieren auf **Facebook**. Dort veröffentliche ich meist **längere Posts**, auf **Instagram** eher **Einzelspots und Stories**“, sagt sie. Besonders viel Aufmerksamkeit erreicht sie mit ihren **virtuellen Modenschauen**, die sie in der durch Corona bedingten Schließung ihres Geschäftes eingeführt hat: „Wenn es länger keine Modenschau gab, bekomme

ich per **WhatsApp** schon Anfragen, wann es denn wieder mal soweit ist.“ Manchmal schaltet sie auch „für kleines Geld“ **Anzeigen auf Facebook**, „um mal auszuprobieren, wie die Resonanz aus einem anderen Umkreis ist“. Angeeignet hat sich Kerstin Goertz das Handling mit Social Media selbst: „Ja, das kostet Zeit, da habe ich anfangs manches Wochenende mit verbracht. Aber wenn man den Dreh erst einmal heraushat, geht es schneller, und dann spürt man auch, mit welchen Inhalten man mehr Aufmerksamkeit erreicht.“ www.tendenza-moden.de

Julia Beusch, N + H Technology GmbH



Foto: LWS/WIR

■ Auch wenn die **N&H Technology GmbH** mit Facebook & Co. nicht direkt die **Kundenakquise** forciert, legt das Unternehmen dennoch Wert darauf, in den Sozialen Medien präsent zu sein. „Unsere Posts enthalten **Links zu unserer Homepage** und verbessern dadurch auch indirekt die Auffindbarkeit auf **google**. Wir sehen die Fotos auf **Facebook** und **Instagram** unter anderem als **Erweiterung unserer Produktgalerie**“, sagt Marketingleiterin **Julia Beusch**. Die Resonanz auf ästhetisch ansprechende Bilder ist hoch: „Auch unsere Kunden sehen die Bilder und finden sie ansprechend. Wir zeigen **technische Inhalte**, aber auch **Aktionen**, Maßnahmen zur **Betriebsgesundheit** oder **Mitarbeiter-Ereignisse**. Das fördert unser Image, zeigt unsere **Firmenkultur**: Wir sind kein Konzern, sondern ein familiär geführtes Unternehmen. Das kommt besonders bei **poten-**

tiellen Azubis gut an, die sich über die sozialen Kanäle über unser Unternehmen informieren.“ Außerdem hat sie festgestellt, dass **ausländische Lieferanten** die Sozialen Medien immer häufiger als eine Art **Suchmaschine** nutzen und den direkten Kontakt zum Unternehmen suchen. Abgesehen von der Imagepflege nutzt N&H **B2B-Plattformen** wie **visible** oder **europages**. Beusch: „Dort informieren sich gezielt Einkäufer und Entwickler, auch aus dem EU-Ausland, über unser Produktportfolio und treten direkt mit uns in Kontakt. Unser **Neukunden-Geschäft** läuft inzwischen zu **nahezu 100 Prozent über das Internet**.“ www.nh-technology.com

Lukas Terkatz, IOS Technik GmbH



Foto: LWS/WIR

■ Die **Manufaktur für Einlagen IOS** ist auf vielen unterschiedlichen Social Media-Kanälen aktiv. Begonnen hat es 2014 mit **Facebook**, 2019 kamen **Instagram** und **Vimeo** dazu, im vergangenen Jahr folgten **LinkedIn** und **WhatsApp Business**. „Mit Facebook und Instagram erreichen wir ein **großes Altersspektrum**. Unser Content soll IOS als **innovatives Unternehmen** präsentieren und ein **modernes, sportliches Image** mittels **Markenbotschaftern** erzeugen. Zudem möchte IOS mittels Social Media **attraktiver für neue Mitarbeitende und Auszubildende** werden. LinkedIn nutzen wir als **Netzwerk zum Austausch mit Analyse-Partnern in ganz Deutschland**. Für die **Bewerbung unserer Produkte** nutzen wir vermehrt **direkte Vertriebskanäle** über die Praxen unserer Analyse-Partner in

ganz Deutschland sowie Werbung in **Google Anzeigen** oder **Printausgaben** in Willich und Umgebung“, fasst Marketingleiter **Lukas Terkatz** das Social Media-Konzept des Unternehmens zusammen. Die Betreuung der unterschiedlichen Accounts liegt fast ausschließlich bei ihm selbst. Terkatz plant **zirka vier Stunden pro Woche** ein, um **jeweils zwei Beiträge** auf Facebook und Instagram zu planen und umzusetzen: „Für LinkedIn arbeiten wir momentan noch an einer passenden Strategie, um unsere **wissenschaftlichen Arbeiten** für unsere Analyse-Partner besser darstellen zu können.“ Die Inhalte auf Facebook und Instagram sind ähnlich oder teilweise gleich: „Auf Instagram arbeiten wir seit kurzem mehr mit **Reels**, um die Reichweite zu erhöhen, die jüngere Zielgruppe besser erreichen zu können und das etwas steife Thema der Einlagenversorgung attraktiver zu machen.“ Dass all diese Bemühungen Erfolg haben, ist für Terkatz erkennbar: „Über die Social Media-Kanäle kommen **viele Kontakte und Neukunden**, auch durch die Partnerschaft mit unseren **Markenbotschaftern** und durch **Veranstaltungen**, die wir dort dokumentieren. Eine **Steigerung der Markenbekanntheit** ist deutlich zu erkennen.“ www.ios-technik.de

■ Um den Online-Auftritt seiner **Modeschäfte in Anrath, St. Tönis und Viersen-Süchteln** moderner und benutzerfreundlicher zu gestalten, hat **Detlef Pimpertz** ein **Programm des Landes NRW zur Unterstützung der Digitalisierung des Einzelhandels** in Anspruch genommen. „Ohne die Unterstützung einer **Marketing-Agentur** hätte ich dieses Projekt nicht alleine bewältigen können. Der Antrag war sehr umfangreich und aufwändig zu bearbeiten, alleine hätte ich vielleicht aufgegeben“, erinnert er sich. Schließlich wurde der Antrag bewilligt, und bis auf zehn Prozent Eigenanteil bekam Pimpertz die **Förderung**, um beispielsweise eine **neue Homepage** erstellen und das **Firmenlogo modernisieren** zu lassen. Außerdem nahm der Einzelhändler die Unterstützung eines **Digitalcoaches** in Anspruch, um zum Beispiel die **Auffindbarkeit bei google zu optimieren**. „Insgesamt hat sich **Moden Pimpertz** in seiner Außendarstellung ‚verjüngt‘, sieht moderner aus.“ Auch **Social Media** nutzt das Modehaus – obwohl Pimpertz einräumt, den **Facebook-Account** aus zeitlichen Gründen nicht so regelmäßig zu bedienen, wie es vielleicht erforderlich wäre. Gepostet werden **News, Fotos von Saisonware und Outfits**, worauf die **Nachfrage jedes Mal messbar steigt**: „Das merkt man deutlich, dass nach solchen Veröffentlichungen die Nachfrage zunimmt und wir auch **neue Kunden** gewinnen.“ Das Betreiben eines **Online-Shops** als Ergänzung zum stationären Angebot kann Pimpertz nicht umsetzen: „Wir haben keine **Depotware**. Ich kann größtenteils nur Ware ordern, die – wenn überhaupt – eine kurze Zeit nachlieferbar ist. Wenn also für einen Artikel im Online-Shop eine hohe Nachfrage entstehen würde, könnte ich unter Umständen nicht liefern, da ich die Ware nicht nachbestellen könnte. Außerdem bedingt Onlinehandel eine **hohe Retourenquote**. Ware müsste eventuell vernichtet werden – und das möchten wir nicht. Deswegen konzentriert sich Moden Pimpertz auf den **stationären Handel mit digitaler Unterstützung**.“ www.moden-pimpertz.de



Foto: LWS/WIR

Detlef Pimpertz, Moden Pimpertz

■ Um für Kunden **qualifizierte Fachspezialisten und Führungskräfte**, zum Beispiel aus den Bereichen **Bauen/Immobilien, Maschinenbau und Elektrotechnik** zu finden, nutzt **Jörg Heidkamp** bereits seit zirka 15 Jahren **Business-Plattformen wie XING und LinkedIn**. Ergänzend schaltet sein Unternehmen **Anzeigen auf Stellenbörsen** und in weiteren **Karrierenetzwerken**. Zurzeit plant er, die Nutzung von Social Media-Plattformen sinnvoll zu erweitern, um seine speziellen Zielgruppen zu erreichen: „Wer sagt mir, welche Plattform geeignet ist? Und warum soll eine Plattform ungeeignet sein? Beschränken sich die Möglichkeiten, Informationen und Angebote breit zu streuen, wirklich nur auf die gängigen Social Media-Seiten? Was spricht dagegen, zum Beispiel auf einer **Streaming- oder Fußball App** entsprechende Informationen zu posten, um viele Nutzer anzusprechen?“ Momentan erarbeitet Heidkamp ein Konzept, um die passenden Kommunikationswege zu finden, die einerseits seine Beratungsleistungen für seine Kunden darstellen, andererseits **potenzielle Interessenten und Bewerber** auf Stellenangebote aufmerksam machen. www.management-mobil.de



Foto: LWS/WIR

Jörg Heidkamp, MANAGEMENT mobil Personalberatung

■ Kaum ein Willicher Unternehmen ist so stark in den Sozialen Medien vertreten wie die **Halle 22**. „Unser Ziel ist es, **nahezu täglich** Inhalte zu posten, um quasi permanent präsent zu sein. Das ist nicht zu viel, denn **nicht jeder User ist ständig online** beziehungsweise scrollt regelmäßig durch seinen gesamten Verlauf. Deshalb bekommt er auch nicht jede Info mit“, sagt **Thomas Mathes**. Dementsprechend vielfältig sind die Inhalte auf den unterschiedlichen Accounts: Auf **Facebook** ist das Unternehmen schon **mehr als zehn Jahre** aktiv, **seit sechs Jahren** sind auch **Instagram** und **YouTube** dazu gekommen. „Für die Mitglieder unseres zweiten Studios **Easy Fit** bauen wir in diesem Jahr einen **TikTok-Account** auf, weil er eine jüngere Zielgruppe anspricht“, so Mathes. Der Input wird mit einem ehemaligen Mitarbeiter der Halle, der inzwischen eine **Medienagentur** besitzt, geplant und ergibt sich aus allen Bereichen der Halle: **allgemeine Neuigkeiten, Personalien, autorisierte Beiträge über Mitglieder** und natürlich **sportliche Angebote**. Mathes: „In der **Pandemie** haben wir mit **Online-Kursen** begonnen, **live oder zum streamen**. Außerdem gibt es **Kurztrainings** oder die ‚**Aktive Mittagspause**‘. Jeden Monat gibt es **Drehtage für neuen Content** und natürlich jederzeit **spontane Aktionen**.“ **Alle drei Monate gibt es eine Aktion der Halle 22**: „Dann merkt man jedes Mal deutlich die Resonanz auf die Posts.“ Auf Facebook veröffentlicht er eher **Ankündigungen zu Vorträgen** oder zur **Gesundheitswoche**, bei Instagram hält er den Kontakt zu den Nutzern durch **Storytelling**. **Krisenkommunikation** betreibt die Halle **nur auf Facebook**: „Hier können wir direkt reagieren, wenn es mal negative Kommentare gibt.“ Aktuell ist im Augenblick die **InStory**: „Dabei geht es darum, dass wir viele Gesichter zeigen. So lernt man alle unsere Mitarbeiter etwas persönlicher kennen.“ Das Social Media-Angebot der Halle 22 wird übrigens ergänzt durch einen **regelmäßigen Email-Newsletter**, den die Halle schon **seit 15 Jahren** anbietet und bei dem eine **Öffnungsrate von 50 Prozent** nachgewiesen werden kann, sowie der **seit 2012** existierenden eigenen **App**, die zur **täglichen aktuellen, persönlichen Kommunikation** eingesetzt wird und auch von Nicht-Mitgliedern genutzt werden kann. www.halle22.de



Foto: Privat

Thomas Mathes, Halle 22

Frank Andreas Heublein, Light'n'Sound Eventtechnik & -services



Foto: LWS/WIR

Seit mehr als 15 Jahren ist Frank Andreas Heublein auf Social Media-Plattformen unterwegs und deckt dabei ein breites Spektrum ab: „Je nachdem, welche Zielgruppe ich ansprechen möchte, wähle ich die Plattform aus. Auf Facebook erreiche ich die über 30-Jährigen, auf Instagram die 16- bis 35-Jährigen, und auf LinkedIn und Xing die Gruppe der über 35-Jährigen.“ Heublein nutzt die Plattformen, um Technikprodukte vorzustellen, auf von ihm begleitete Veranstaltungen hinzuweisen oder einfach, um auf sein Unternehmen beziehungsweise seine Dienstleistungen aufmerksam zu machen. „Manchmal poste ich auch in den Sozialen Medien, dass ich Mitarbeiter suche“, so Heublein, „aber dafür eignen sich nach meiner Erfahrung die Portale - mit Ausnahme von LinkedIn - nur bedingt.“ Inhalte und Posts wählt er selbst, wobei er versucht, mindestens wöchentlich präsent zu sein. Schwierig

findet Heublein es, den Erfolg seiner Bemühungen zu messen: „Die Klickzahlen geben zwar Aufschluss über die Reichweite der Posts, nicht aber über eventuelle Umsatzsteigerungen.“ www.light-n-sound.de

Andreas und Andrea Binger, Binger's kleine Scheune



Foto: LWS/WIR

Seit fünf Jahren nutzen Andreas Binger und seine Frau Andrea Facebook, seit zwei Jahren Instagram, um auf sein Landhotel „Kleine Scheune“ aufmerksam zu machen: „Wir zeigen hauptsächlich Fotos vom Hotel, von den Zimmern, unserem Frühstücksangebot und natürlich auch von der Umgebung, damit man einen Eindruck von der schönen Lage bekommt. Ab und zu gibt es auch mal einen Blick hinter die Kulissen unseres Betriebes.“ Auf den Seiten für den landwirtschaftlichen Betrieb möchten Bingers über Posts und Stories auch Bildung vermitteln: „Warum machen wir was, warum und wann?!“ Um Inhalte und Posts kümmern sie sich selbst. Alle paar Wochen gibt es einen Post auf Facebook, „gerne

auch in lokalen Facebook-Gruppen“. Auf Instagram sind sie mit Posts, Stories und Reels häufiger vertreten. Dass ihre Posts Aufmerksamkeit finden und Interesse wecken, merken sie an den Reaktionen: „Es kommen häufig Nachfragen via social Media, aber auch Stammkunden werden so immer wieder an uns erinnert.“ www.bingers-kleine-scheune.de

Heiko Hentsch, LHM - Luxus Home Mobile



Foto: LWS/WIR

„Wir nutzen aktiv als Social Media-Plattformen hauptsächlich Facebook, wo wir seit 2014 einen Account haben. Wir sind auf XING und YouTube präsent und stellen dort Beiträge online. Außerdem versenden wir Newsletter an registrierte Abonnenten“, sagt Heiko Hentsch. Die Zielgruppe sind natürlich in erster Linie potentielle Mieter für die Reisemobile: „Wir machen auf Facebook auf unsere Wohnmobilvermietung und die angebotenen Fahrzeuge aufmerksam. Auch posten wir regelmäßig Tipps und Tricks rund um Wohnmobilurlaub und informieren die Follower über anstehende Messen, auf denen wir anzutreffen sind.“ Sowohl die LHM-Webseite als auch der FB-Auftritt werden durch ihn und seine Frau selbst betreut. www.lhm.de

Stephan Lückerath, Fahrwerk - die Fahrschule



Foto: LWS/WIR

Bereits bei der Gründung seiner Fahrschule hat Stephan Lückerath mit der Nutzung von Facebook als Social Media-Kanal begonnen. Er erinnert sich: „Damals war es im Fahrschulbereich eher eine Seltenheit. Im Laufe der Zeit haben wir die Plattformen um Instagram und TikTok erweitert, da wir dort eher die junge Generation ansprechen können, sofern sie sich mit dem Thema Führerschein beschäftigt. Grob kann man sagen, die 15-18-Jährigen führen die meisten Interaktionen durch. Aber auch für alle anderen, beispielsweise Interessenten:innen für den Motorradführerschein, gibt es dort ein großes Interesse.“ Lückerath nutzt die Plattformen, um die Fahrschule zu präsentieren, Neuigkeiten mitzuteilen - zum Beispiel geänderte Öffnungszeiten, Angebote oder neue Schulungszeiten -, aber auch Wissensvermittlung und -abfrage: „Das können zum Beispiel kurze Sequenzen aus dem

Straßenverkehr sein mit anschließender Fragerunde.“ Da Stephan Lückerath ein BWL Bachelor Studium mit Schwerpunkt Marketing und Vertrieb absolviert hat, betreut er den Social Media-Account komplett selber: „Das nimmt schon einige Zeit in Anspruch. Aber, wenn ein Unternehmen Social Media betreibt, muss es auch kontinuierlich sein.“ Wichtig ist für Lückerath, über diverse Tools nachzuhalten, welchen Erfolg seine Beiträge haben: „Wir haben sehr viele Anfragen über Social Media, woraufhin wir zu einem persönlichen Gespräch einladen. Danach haben wir eine beinahe hundertprozentige Anmeldequote.“ www.fahrwerk-willich.de

„Tatsächlich ist es als Yoga-Therapeutin gar nicht so üblich, sich um seinen Werbeauftritt in Bezug auf Social Media-Marketing selbst zu kümmern. Ich komme aus der Werbung, dem Marketing und Sponsoring bei Vodafone, und habe dies gern selbst in der Hand“, sagt Michaela Menken. Privat nutzt sie seit vielen Jahren Social media-Plattformen, so dass es für sie ein logischer Schritt war, mit dem Beginn ihrer Selbstständigkeit 2016 Facebook und Instagram auch geschäftlich zu betreiben: „Ich möchte alle Menschen von jung bis alt ansprechen, mit physischen und oder mentalen Beschwerden. Sowie auch Menschen, die sich präventiv gesund halten wollen, und diejenigen, die einen philosophischen Ansatz suchen. Meine Internetpräsenz stellt mein Unternehmen dar und zeigt Möglichkeiten, dem Menschen individuell zu helfen. Da ich mir wünsche, weiter zu wachsen, sehe ich für die Zukunft auch die Möglichkeit, über die Social Media-Plattformen Mitarbeiter zu werben.“ Posts, Videos und Reels produziert sie selbst, und postet Infos, „wenn ich neue Kurse oder Workshops anbiete“. Den Erfolg misst sie an damit korrespondierenden direkten Reaktionen, etwa über Kontaktmails oder gezielte Anfragen. www.yogini-ela.com



Foto: Privat

Michaela Menken, Yoga-Therapeutin

Von konkreten Immobilien-Angeboten bis zu Weihnachtsgrüßen und Impressionen vom Arbeitsalltag mit „Bürohund“: Björn Falk nutzt Facebook und Instagram mit unterschiedlichen Inhalten, um präsent zu sein. Bei Facebook setzt er auf die zusätzliche Verbreitung seiner Posts in den zahlreichen lokalen Gruppen. „Auf Facebook sprechen wir die aktuelle Zielgruppe an, die heute an Immobilienangeboten interessiert ist, und bei Instagram treffen wir auf die Interessenten von morgen“, fasst er seine Überlegungen zur Wahl der richtigen Social Media-Plattform zusammen. Falk pflegt seine Accounts selbst: „Ich habe ein junges Team, die Mitarbeiterinnen sind Anfang 20 und mit Social Media groß geworden. Sie bringen wertvolle Ideen und Vorschläge für geeignete Inhalte ein. Die Accounts zu pflegen kostet schon einige Stunden in der Woche, aber es lohnt sich.“ Wichtig ist Falk auch die Verknüpfung von Social Media-Accounts und seiner Homepage: „Hier ist mehr Raum, um aktuelle Informationen zu präsentieren. Die Interessenten werden von Facebook direkt umgeleitet.“ Sein Tipp für die richtige Uhrzeit, damit neue Posts mehr wahrgenommen werden: „Später Nachmittag oder früher Abend. Da sind die User in der Regel zu Hause und nehmen sich etwas Zeit, um durch ihre Social Media-Seiten zu scrollen.“ www.fahrwerk-willich.de



Foto: Privat

Björn Falk, Falk Immobilien

Mit ein bis zwei Posts pro Woche auf Facebook und Instagram erreicht Anja Hasenbeck ihre Zielgruppe. Die Anrather Einzelhändlerin arbeitet dafür seit 2016 mit Katja Hero zusammen, die Hasenbecks Infos aufbereitet und für ihre Verbreitung in den Sozialen Medien sorgt: Anja Hasenbeck liefert aktuelle Fotos von ihrem Produkt-Sortiment, Katja Hero bearbeitet die Bilder, versieht sie mit ansprechenden Texten und veröffentlicht die Beiträge auf Facebook & Co. Für diese Dienstleistung wird von Hero ein Zeitaufwand von zirka zwei Stunden im Monat veranschlagt. „Vor allem in den ersten Corona-Monaten, als mein Geschäft geschlossen bleiben musste, hat sich diese digitale Präsenz als hilfreich erwiesen, denn so konnte ich meine Kunden trotzdem erreichen“, erinnert sich Anja Hasenbeck. Und Katja Hero ergänzt: „Wir haben 2016 mit 49 Likes für die Sternenhimmel-Seite angefangen. Heute liegen wir bei 667 Followern bei Facebook und 158 bei Instagram. Im Jahr 2022 hatten wir eine Reichweite von 17.052 Personen mit ‚nur‘ 85 Beiträgen. Und das völlig ohne Investition in bezahlte Online-Werbung, es sind also reale Kontakte.“ Die Klicks und Likes kommen hauptsächlich aus dem Gebiet Willich: „Das ist gut so, denn so erreiche ich meine Laufkundschaft mit meinen Infos.“ Dass die Posts Aufmerksamkeit erregen, spürt sie zeitnah nach Veröffentlichung: „Dann gibt es gleich Anrufe oder WhatsApp-Anfragen, ob der Artikel noch vorrätig ist.“ Hero: „Das zeigt, dass der Einzelhandel auch mit einem relativ kleinen Budget digital viel erreichen kann.“ www.katja-hero.de / www.sternenhimmel-anrath.de



Foto: LWS/WIR

Anja Hasenbeck, Sternenhimmel, und Katja Hero, LAYOUTHERO

Social media-Marketing: Zielgruppe definieren, Content planen

Ob in Eigenregie oder mit Unterstützung eines professionellen Dienstleisters: Social Media-Marketing kostet Zeit – und meistens auch Geld. Die Aussage „Ich bin auf Facebook“ reicht nicht, um seine Produkte oder Dienstleistungen erfolgreich an den User zu bringen. Vor allem der Zeitfaktor ist für viele Unternehmen immer noch der Grund, nicht in den Sozialen Medien präsent zu sein. Zudem wird oft bezweifelt ob das eigene Unternehmen genug interessanten Content produzieren kann. Oder es gibt niemanden im Unternehmen, der die kontinuierliche Pflege eines Accounts übernehmen kann. WIR hat lokale, auf Social Media-Marketing spezialisierte Dienstleister um Tipps und Empfehlungen gebeten. Dabei wurde von nahezu allen eine Reihe von Aspekten genannt, die unbedingt beachtet werden sollten. Das waren die Fragen:

Wie können Unternehmen ihren Firmenauftritt vorbereiten?

- Ziele definieren, die durch den Firmenauftritt auf Social Media erreicht werden sollen (z.B. Imagewerbung, Kunden- und Mitarbeitergewinnung)
- Zielgruppe definieren und analysieren, die auf Social Media erreicht werden soll
- davon abhängig die passende Social Media Plattform auswählen und eine Strategie entwickeln und Beiträge planen mit zielgruppengerechter Ansprache, eventuell Tools auswählen
- eine Person/ein Team/eine Agentur beauftragen, die für den Social Media Auftritt verantwortlich ist
- auf einheitliche Corporate Identity auf allen Social Media-Kanälen achten
- regelmäßige Veröffentlichung von Posts, dabei auf Authentizität achten
- abwechselnde Formate, kreatives Storytelling
- Community-Management

Welche Plattformen sollten gewählt werden?

- abhängig von definierten Zielen und Zielgruppen (für Mitarbeitergewinnung/um junge Menschen zu erreichen TikTok und Instagram; Erwachsene Instagram/Facebook; akademische Berufe LinkedIn; für Neukunden B2C-Angebot Instagram/Facebook; bei junger Zielgruppe auch TikTok; B2B-Angebot Instagram/Facebook/LinkedIn)

Welche Inhalte sollten gezeigt werden?

- Ziel Employer Branding: Beiträge, in denen sich das Unternehmen als attraktiver Arbeitgeber präsentiert (interne News, Teamfeiern, Ausbildungsplätze, Benefits an die Mitarbeiter usw.)
- bei Ziel Neukunden: Infos über Produkte/Dienstleistungen sowie deren Mehrwert
- wichtig: volles Potential der jeweiligen Plattformen ausschöpfen; z. B. Feed-Posts, Stories, Reels, Sticker-Funktionen in den Stories, Karussell-Posts

Wie häufig sollte ein Unternehmen präsent sein?

- Instagram- und Facebook-Story täglich
- Instagram- und Facebook-Beitrag zweimal pro Woche

Wie kann ein Unternehmen den Erfolg seiner Bemühungen messen?

- durch Einblick in die InSights, regelmäßiges Reporting, Leads und Umsatz nach Werbeanzeigen

■ „Content is king!“, lautet das Credo von **Michelle Riether**. Aktuell lege sich der Fokus auf den Social Media Plattformen immer stärker auf **Video-Content**: „Die Aufmerksamkeitsspanne gerade bei der jüngeren Zielgruppe wird immer kürzer, deshalb sind **Kurzvideos bei TikTok und Instagram** aktuell besonders angesagt. „Der Content muss schon in den ersten zwei Sekunden catchen, das Video muss einen starken Einstieg haben.“ Ihr Tipp lautet: „Die ausgewählte Social Media Plattform muss zu der **Zielgruppe** passen, und der Content sollte sich an die **Unternehmensziele** richten.“ Wichtig ist für sie auch die **Korrespondenz von Social Media und Firmen-Homepage**, wenn es um **Mitarbeitergewinnung** geht: „Viele Unternehmen nutzen Social Media Marketing, um sich als **attraktiven Arbeitgeber** zu positionieren. Bei Employer Branding ist es neben der Präsenz auf Social Media von Vorteil, wenn die Unternehmen eine **Karriereseite** haben, wo nicht nur Stellenangebote vorgestellt werden, sondern auch die Möglichkeit besteht, neben **authentischen Einblicken in das Unternehmen, Informationen zum Bewerbungsprozess und Bewerbungsmöglichkeiten** zu erhalten.“ www.sociale-digital.de



Michelle Riether,
Sociale
Digital GmbH

■ „Jeder will auf Social Media irgendwie dabei sein - nur wo und vor allem wie!“ **Kristiane Guth** betreut seit vielen Jahren Kunden bei ihren Schritten in die digitale Welt. Aus ihren Erfahrungen weiß sie: „**Die Sichtbarkeit im Internet beschränkt sich nicht auf die Präsenz auf Social Media-Kanälen**. In erster Linie ist eine **gute Website** notwendig, dann ein **Firmeneintrag bei Google**. Geschäftemachen ohne **Instagram** geht - ohne vernünftige Website nicht.“ Ihr **Tipp für die lokalen Unternehmen vor Ort**: „Eine **aktive und gut gemachte Präsenz** auf Facebook und Instagram ist ausreichend. Auf **TikTok** die gewünschte Aufmerksamkeit zu erreichen, ist für kleine Unternehmen und Geschäfte kaum möglich: Große Unternehmen und Markenhersteller geben Unsummen für bezahlte Werbung aus - da können ‚normale‘ Firmen kaum mithalten.“ Zwar brauche man generell ein **Media-Budget**, um Posts zum Beispiel bei Facebook zu pushen, aber im **überschaubaren Rahmen**: „Man kann schon mit **fünf bis zehn Euro pro Tag** etwas erreichen, weil man die **Zielgruppe sehr genau definieren** kann.“ **Kristiane Guth** setzt auf „Hilfe zur Selbsthilfe“: „Wenn man sein Geschäft oder Unternehmen in die Sozialen Medien bringen möchte, sollte man sich **von Experten beraten, anleiten und schulen lassen**. Danach kann man den Account selbst betreuen.“ www.c-g-w.net



Kristiane Guth,
CGW
GmbH

■ „**Richtiger Marketing-Erfolg stellt sich nur ein, wenn ein Unternehmen seine Posts auf Social Media-Accounts mit bezahlter Werbung unterstützt**. Indem man wartet, dass sich die eigenen Posts **organisch verbreiten**, also nur durch Likes und Teilen, ist nicht der große Wurf!“, ist **Alexander Krauß** überzeugt. Und ergänzt: „Je mehr Budget man investiert, desto größer ist die Reichweite und damit der Erfolg.“ Da viele Unternehmen Social Media mittlerweile im **Recruiting** einsetzen, weist Krauß auf die Notwendigkeit hin, die **direkte Kommunikation** mit den Bewerbern zu ermöglichen und zu pflegen: „Ich empfehle, zunächst darauf zu verzichten, Anhänge wie zum Beispiel einen **Lebenslauf** zu fordern. Dadurch ist die Bereitschaft größer, sich direkt auf ein Stellenangebot zu melden. Wenn Resonanz auf ein Post erfolgt, ist es ganz wichtig, sich sofort zurückzumelden und direkten Kontakt aufzunehmen. Dafür ist auch der Verweis oder Link auf eine so genannte Landingpage auf der Website des Unternehmens erforderlich.“ www.digitalhoneycomb.de



Alexander Krauß,
digitalhoney-
comb GmbH

■ „Ich rate Unternehmen in erster Linie, überhaupt auffindbar zu sein, aktiv zu sein und viel mit den Usern zu interagieren. Außerdem sollte die Inhaberin oder der Inhaber des Unternehmens auch auf dem Profil zu finden sein, damit die Nutzer eine persönliche Verbindung aufbauen können“, empfiehlt **Leon Vogel**. Die direkte Ansprache (call to action) in einem Video - zum Beispiel für die Suche von Mitarbeitern - hält er für zielführender als Textbausteine: „Darüber hinaus ist die gewisse Qualität wichtig. Lieber nur zwei schöne und saubere mit dem Smartphone aufgenommene Bilder in der Woche posten als jeden Tag ein ‚schlechtes‘.“ Grundsätzlich empfiehlt er: „Jeder, der ein Produkt oder eine Dienstleistung verkaufen will, sollte auf Social Media-Plattformen präsent sein. In den vergangenen Jahren haben sich die Sozialen Medien außerdem als hervorragend geeignet für das Recruiting erwiesen.“ Sein Tipp: zahlreiche Posts veröffentlichen und dann die, die „organisch“ ab erfolgreichsten sind zusätzlich mit gezielter Online-Werbung pushen: „So kann man die ‚Denkweise‘ des jeweiligen Algorithmus optimal nutzen.“



Leon Vogel,
Videoproduktion

Jonas Müller,
Conquer
Media



Foto: Privat

■ "Ganz egal, ob ich eine **Marke aufbauen oder stärken, Sales generieren** oder **Personal einstellen** möchte, Social Media ist als **eins der wichtigsten Marketinginstrumente der heutigen Zeit** nicht mehr wegzudenken", sagt **Niklas Maass**. Das aktuell sechsköpfige Team der Willicher Social Media Agentur **CONQUER Media** findet täglich neue kreative Lösungen, um die Zielgruppe seiner Kunden zu erreichen. Dabei seien laut den Jungunternehmern zwei Faktoren besonders entscheidend: „Egal ob ich mich mit meinem Content auf **Instagram, TikTok oder YouTube** bewege, wichtig ist, dass bereits **innerhalb der ersten Sekunden die maximale Aufmerksamkeit erzeugt wird**. Das nennen wir **Hook oder Trigger**. Das Gesamtbild darf auf keinen Fall den **Eindruck von Werbung** erwecken. Zu offensive Werbung ist unterbewusst negativ assoziiert und verhindert eine erfolgreiche Conversion", so **Jonas Müller**. www.cnqr.de

Kai Hoffmann,
Gute Werbung
Will.Ich



Foto: Privat

■ Nach den Erfahrungen von **Kai Hoffmann** ist das Interesse an der Präsenz des Unternehmens in den Sozialen Medien selten besonders groß. „Kleine und mittelständische Unternehmen, wie zum Beispiel **Handwerker** sind mit ihrem **Tagesgeschäft** so ausgelastet, dass sie nicht die Zeit finden und oft auch nicht die Notwendigkeit sehen, sich mit Social Media zu beschäftigen“, sagt Hoffmann. Wer keine digitalen Plattformen nutzen möchte, dem empfiehlt er, zumindest eine **moderne, mobiltaugliche und aussagekräftige Homepage** zu unterhalten: „Ganz wichtig: Eine ordentliche, saubere Internetpräsenz muss den **aktuellen technischen Anforderungen** entsprechen – also **responsive** und **aktuell** sein, damit sie in den Suchmaschinen weit oben gefunden wird. Und sie könnte später immer noch mit Social Media-Accounts verknüpft werden.“ www.gute-werbung-will-ich.de

www.gute-werbung-will-ich.de

Sandra Valdor,
VALDOR Design
& Markenschmiede



Foto: Privat

■ „Wenn sich die Menschen früher für einen **neuen Arbeitgeber** interessiert haben, sind sie bei der Firma vorbeigefahren und haben geschaut, ob das einen ordentlichen Eindruck macht. Oder sie haben Freunde und Bekannte gefragt, ob sie jemanden aus der Firma kennen, der was dazu sagen kann. Diese Zeiten, in denen der **Firmensitz die einzige Visitenkarte** ist, sind – manche sagen leider – vorbei. Das Internet und die sozialen Medien ermöglichen heute, sich im Vorfeld über den neuen Arbeitgeber und die Menschen, die dort arbeiten, zu informieren. Hier machen sich potentiellen Mitarbeiter ein Bild vom Unternehmen. Stimmen die Werte mit den eigenen überein, stellt sich ein Unternehmen „nur“ seinen **Kunden** dar, oder spricht es auch **potentielle Arbeitnehmer** an? Ist es zugeknöpft oder erlaubt es einen Blick hinter die Kulissen? Mit einer schlecht gepflegten Webseite und ohne Social Media lassen sich Bewerber im Jahr 2023 schwer überzeugen. Es wird in der Praxis aber trotzdem häufig noch nicht gelebt“, sagt **Sandra Valdor**: „Dabei ist Social Media eine tolle Gelegenheit, sich als Arbeitgeber darzustellen und Bewerbern – genauso wie potenziellen Kunden – **authentische Einblicke in die Firma und den Arbeitsalltag** zu geben. Deshalb ist es natürlich wichtig, dass die Darstellung auf Social Media durchdacht ist. Hier stellen sich die gleichen Fragen, wie bei jeder Kommunikationsmaßnahme. **Wen will ich ansprechen? Was will ich erreichen? Wie viel Geld oder Zeit habe ich dafür zur Verfügung?** Vielleicht will ich **Employer Branding** betreiben und weiß, dass ich meine Zielgruppe im ersten Schritt viel eher mit **herausfordernden Projekten** anspreche als mit **Benefits** – dann sollte ich das in der Planung meines Contents berücksichtigen. Da könnte dann zum Beispiel ‚Das Projekt der Woche‘ der rote Faden sein und ein **Post pro Woche** reicht. Es kommt tatsächlich immer drauf an. Es gibt hier nicht die eine Lösung, die allen passt. Woran aber alle denken können: Es sollte Regeln geben, so genannte **Social Media Guidelines**, damit **keine unerwünschten Dinge gepostet** werden. Mit peinlichen Fotos von Betriebsfeiern zum Beispiel gewinnt man keinen Blumentopf. Wie gesagt, wenn man weiß, wen man ansprechen und wie man das Unternehmen präsentieren möchte, muss der Content gezielt darauf zugeschnitten werden. Abschließend muss einfach erwähnt werden, dass es mit dem richtigen Content noch nicht ganz getan ist. Auf **Reaktionen** und vor allem **Fragen von Usern** sollte **zeitnah und authentisch** aber **passend zur Gesamtstrategie** geantwortet werden.“ www.valdor-design.de

www.valdor-design.de

Tölke & Fischer: Mobilität für Gegenwart und Zukunft



Fotos: LWS/WIR



■ **Menschen mobil zu machen, das ist seit mehr als 80 Jahren der Antrieb von Tölke & Fischer.** Das traditionsreiche Autohaus ist insgesamt **13 Standorten am gesamten Niederrhein ein Begriff für technologische Kompetenz und Innovationskraft** rund um viele **Top-Automobilmarken**. „Ob Neuwagen oder Gebrauchtwagen, bei Tölke & Fischer findet jeder, was er sucht: den persönlichen Traumwagen, den perfekten Firmenwagen oder das ideale Nutzfahrzeug“, **Markus Winzen**.

■ Am Standort **Willich** hat Winzen die Leitung des **Centers** übernommen. Der 40-Jährige ist ein erfahrener Automobil-Experte, in dem die Kunden von der **Erstberatung** bis hin zu umfangreichen **Serviceleistungen** einen kompetenten Ansprechpartner haben. Winzen ist verantwortlich für den **Verkauf von Neuwagen** der Marke **VW**, den **Service- und Werkstattbereich** sowie den **Gebrauchtwagen-Vertrieb**, welcher die Marken **VW-PKW und -Nutzfahrzeuge, Audi, Skoda, Seat und Cupra** wie im gesamten Service- und Werkstattbereich umfasst. Markus Winzen: „Besonders interessant ist auch unser **Service für Unternehmer** bei allen Fragen rund um **Firmenfahrzeuge und Flottenmanagement**.“

■ Aber nicht nur die große Neu- und Gebrauchtwagenpalette zeichnet Tölke & Fischer am Standort Willich aus: Das Center bietet darüber hinaus zahlreiche **Werkstattdienste** an, die weit über herkömmliche Leistungen wie **Wartung und Inspektion** hinausgehen. Dazu gehören zum Beispiel **Karosserie-Instandsetzung, TÜV-Vorführung, Glasreparaturen, Winter-, Klima- und Batteriecheck sowie Räderwechsel und -einlagerung**. Terminvereinbarungen für Werkstattdienste können übrigens ganz einfach über die Telefonnummer **02151-339 339** erfolgen oder online unter www.toefi.de/service/werkstatt-teile/werkstatt-termin/.

■ Ein gut sortiertes und reichhaltiges Sortiment an **Originalteilen, Zubehör sowie klassischen Teilen** ergänzt die Serviceleistungen des Centers in Willich.

■ Auch das Thema **Nachhaltigkeit** genießt bei Tölke & Fischer einen hohen Stellenwert. Mit **erneuerbaren Ressourcen und Ökostrom in der Hybrid- und E-Mobilität** ist das Unternehmen zeitgemäß aufgestellt. Markus Winzen: „Als **Mobilitätsdienstleister der Zukunft** bieten wir bereits heute die optimalen Angebote für **umweltbewusstes und nachhaltiges Fahren**.“ Doch das „grüne“ Bewusstsein des Unternehmens beschränkt sich nicht nur auf die Fahrzeuge: Die beiden Gebäude in Müncheide wurden längst auf **LED-Beleuchtung** umgerüstet. Und gerade wurde am Standort Willich eine **Photovoltaikanlage mit 356 Modulen** in Betrieb genommen, die **128.000 Kilowattstunden Strom pro Jahr** erzeugen soll, der auch für den Betrieb von E-Ladesäulen eingesetzt wird. „Mit der PV-Anlage können jährlich rund **133 Tonnen CO₂** eingespart werden“, sagt Winzen, „so ist der Standort Willich auch beim Thema Energieeffizienz gut aufgestellt.“

Werkstatt-Termine:
Tel. 02151-339 339 oder online:
www.toefi.de/service/werkstatt-teile/werkstatt-termin/

TÖLKE + FISCHER



Tölke & Fischer GmbH & Co. KG
Volkswagen Willich – Audi Willich
Jakob-Kaiser-Straße 3 · 47877 Willich
Tel.: 02154 888 150 · E-Mail: markus.winzen@toefi.de



Alle Fotos: LWS/WIR

Videoproduktionen zur Neukunden- und Personalgewinnung



Foto: Privat

■ Werbevideos kreieren, mit denen Unternehmen neue Kunden gewinnen oder potenzielle Bewerber finden, das ist die Dienstleistung von Leon Vogel. Vom Erstgespräch und Analyse der geeigneten Plattform zur Veröffentlichung, das Drehbuch bis hin zur Videoproduktion bietet Vogel komplette Konzepte für kleine und mittelständische Unternehmen und Agenturen. Der 27-Jährige war nach seiner Ausbildung zum Mediengestalter Bild und Ton in einer Düsseldorfer Videoagentur 2017 freiberuflich für namhafte Konzerne tätig und hat jetzt eine eigene Firma mit Sitz im Gründerzentrum an der Gießerallee 19 im Stahlwerk Becker gegründet. Seine Schwerpunkte liegen auf der Produktion von Fotos und Videos sowie die Beratung im Bereich Social Media. www.leonvogel.de

Gespür für Körper, Geist und Seele



Foto: Privat

■ Seit mehr als 30 Jahren unterstützt die 52-jährige Physio- und Craniosakraltherapeutin Yasmin Chrambach ihre Patienten auf dem Weg zur Genesung. Jetzt vergrößert sie durch den Praxis-Umzug zum Schiefbahner Bahnhof 1 nicht nur ihre Räumlichkeiten, sondern erweitert auch ihr Therapie-Angebot. Die Besonderheit bei den Behandlungen von Yasmin Chrambach: Infolge einer Augenerkrankung sind ihre übrigen Sinne besonders geschärft, so dass sie nicht nur mit den Augen, sondern mit allen Sinnen sieht: „In der Zusammenarbeit mit meinen Patienten stellte ich immer mehr fest, dass die Ursachen für Beschwerden häufig nicht nur auf körperlicher Ebene zu finden sind. Daher habe ich schon immer nach einem ganzheitlichen Ansatz gearbeitet.“ Im vergangenen Jahr hat sie die Ausbildung zur Transformations-Therapeutin abgeschlossen. Mit der Transformations-Therapie nach Robert Betz hat sie nun eine Therapie-Form gefunden, die sie in ihrer bisherigen Arbeit bestärkt und nach Prinzipien arbeitet, um Körper, Geist und Seele ganzheitlich in die Balance zu bringen. Über die Einzelsitzungen in Physiobalance und Transformations-Therapie hinaus bietet Yasmin Chrambach, Tochter einer deutschen Mutter und eines jordanischen Vaters, unter dem Namen ENSANY (arabisch für ‚menschlich‘) Meditations- und Themenabende zu aktuellen Herausforderungen an. Jeden Mittwoch finden Meditations- und Themenabende statt; Wochenendseminare runden das Angebot ab. www.ensany.de

Kompetenzzentrum für Kompressionsstrümpfe



Foto: LWS/WIR

■ Mit dem Kompetenzzentrum für Kompressionsstrümpfe hat das Sanitätshaus Aktiv Medical an der Hochstraße 28 in Schiefbahn seine sechste Filiale am Niederrhein eröffnet. Unter der Leitung von Juniorchefin Jennifer Grabitz, die selbst Schiefbahnerin ist, und ihrem Team liegt der Schwerpunkt auf der Versorgung von Kunden mit Lip- und Lymphödem. Im Sortiment sind farbenfrohe Strümpfe im Rund- und Flachstrickbereich der Marken medi, Bauerfeind sowie das klassische Strumpfsortiment von Falke. Außerdem ist Aktiv Medical der erste Anbieter von Mode und Accessoires von „Power Sprotte“ im Rheinland. Die Anpassung von Reise-, Business- und Diabetikerstrümpfen erfolgt individuell nach einer berührungslosen 3D-Messung. In Planung ist außerdem, eine Hautpflegeserie sowie Massageroller für Kunden mit Gefäßproblemen anzubieten. Ergänzend gibt es in Schiefbahn auch Bandagen und Orthesen. Zudem kann man in der Filiale auch alle anderen Leistungen und Produkte von Aktiv Medical aus den Bereichen Orthopädie., Reha, HomeCare, Medizintechnik, Elektromobilität oder Brustprothetik bekommen. www.activmedical.de

Benno's Bratwurst & Co auf dem Wochenmarkt



Foto: LWS/WIR

■ Auf den Wochenmärkten mittwochs in Schiefbahn und donnerstags in Anrath ist seit kurzem „Benno's Bratwurst & Co“ vertreten. Nach seiner Pensionierung von gut zwei Jahren suchte Benno Behrendt eine neue Beschäftigung. Als er auf einer Ausstellung des ADFC einen E-Hänger sah, kam ihm die Idee zu seinem nachhaltigen Bratwurst-Bike. Gemeinsam mit einem Schreiner gestaltete er den E-Hänger, der von einem Fahrrad ohne Batterie gezogen wird, zu einer fahrenden kleinen Küche und montierte einen kompletten Gasherd auf. Völlig Energie-autonom kann er die rohe Ware kühlen und frisch vor Ort braten. Die Grillbratwürste bezieht er von dem Wurst-Sommelier Fander aus Kempen. Die Würstchen bietet er mit Brötchen und wahlweise Ketchup oder Senf an. Demnächst wird er sein Angebot auch um frische Reibekuchen erweitern.

Hauptsitz von Cichon Personalmanagement jetzt im Wasserwerk



Foto: LWS/WIR

■ Die Cichon Personalmanagement GmbH ist der neue Mieter im Wasserwerk im Gewerbepark Stahlwerk Becker. Damit hat Inhaber Christian Cichon den Hauptsitz seines 2009 gegründeten Unternehmens von Viersen nach Willich verlagert. 30 der insgesamt 80 Mitarbeiter haben nun ihren Arbeitsplatz in Willich, darunter neben der Geschäftsführung die Abteilungen für Finanzen und Personal, das Vertriebs- und Recruitingteam sowie ein Key Account-Team. Die Cichon Personalmanagement GmbH bietet an insgesamt zehn Standorten in NRW ihre Dienstleistungen an: von der Zeitarbeit über die Personalvermittlung bis zum On-Site-Management. Rund 3500 Arbeits-, Fach- und Führungskräfte aus nahezu jeder Branche sind zurzeit bei Cichon unter Vertrag, die das Unternehmen überlässt und vermittelt. Auf Wunsch steuert Cichon auch sämtliche Prozesse der Arbeitnehmerüberlassung und Personalvermittlung. www.cichon-pm.de

OES – Spezialist für Sonderbau in Reisebussen

■ Dass seit vielen Jahren immer wieder Teambusse von Bundesliga-Fußballmannschaften oder schonmal ein Flixbus durch Willich fahren, hat weniger mit der Hochklassigkeit der lokalen Kicker oder mit der Routenführung des Reiseunternehmens zu tun. Das Ziel dieser Busse ist eher die Omnibus Elektronik & Services GmbH (OES) - denn das Unternehmen ist spezialisiert auf die individuelle Modifikation von Reisebussen.

■ „Wir verstehen uns als Edelmanufaktur für das Interieur von Omnibussen“, definiert Michél Bovie die Unternehmensphilosophie. Seit 1994 entwickelt OES Konzepte und Sonderkonstruktionen für VIP-, Team- und Mannschaftsbusse sowie Bistrosbusse, Reiseunternehmen und die führenden Bushersteller Mercedes-Benz, Setra, MAN, Neoplan, Scania, etc. Bovie - seit 22 Jahren im Unternehmen - trat 2019 in die Geschäftsführung ein; seit vergangenem Jahr ist er alleiniger Geschäftsführer und damit Nachfolger von Firmengründer Christian Ziche. Längst hat sich das Unternehmens zum aktuell größten Anbieter von Bus-Sonderbauten in Europa entwickelt. Bovie: „Durch unseren hohen Qualitätsanspruch und proaktive Ideen zur Verwirklichung von Kundenwünschen haben wir uns einen starken Namen gemacht. Viele der Einbauten werden in unseren eigenen Werkstätten in Handarbeit gefertigt, weil oft nur so die begrenzten räumlichen Möglichkeiten in einem Bus optimal ausgenutzt werden können. Ein angenehmes Ambiente und absolutes Wohlfühlgefühl für die Reisenden zu schaffen, steht bei uns an oberster Stelle.“

■ Das umfasst Leistungen von der Veredelung mit exklusiven Lederhüten, Alcantara-Mikrofaserstoff oder edlen Holzmöbeln, den Bau von Konferenztischen, Massagebänken, extra breiten Ledersitzen oder maßgenauen Küchenmodulen. Auch technisch sind von OES modifizierte Omnibusse mit höchstem Komfort ausgerüstet - mit Entertainmentschnittstellen, Klimatisierung und Ambientebeleuchtung. Eine 230 Volt Stromversorgung, USB Lader, elektrische Comfortauflagen, mobiler Internetzugang, Hubtische, elektrische Sitzanpassung - das OES-Leistungsspektrum ist vielfältig und nahezu grenzenlos. „Unser Portfolio hat sich aus unserer langjährigen Erfahrung im Sonderbau für Busse vergrößert und wächst kontinuierlich weiter“, sagt Bovie. So bietet OES inzwischen die Produktion von maßgefertigten Stau- und Kühlschränken, Toiletten oder Wassertanks für jeden Bus an, übernimmt die komplette Multimedia-Ausstattung und bringt Außen- und Sicherheitsfolien auf.

■ Der Handel mit Ersatzteilen für Klima- und Lüftungstechnik sowie Multimedia-Komponenten - auch über den Online-Shop - ist das zweite Standbein des Unternehmens und rundet das Leistungsspektrum ab. Beim Versand wird auf Nachhaltigkeit geachtet, indem



nach Möglichkeit wiederverwendbare Verpackungsmaterialien genutzt werden.

■ 26 Kaufleute und Handwerker beschäftigt OES zurzeit. Michél Bovie: „Wir sind eine familiäre Firma mit tollen Weiterbildungsmöglichkeiten und einem guten Betriebsklima, in dem neue Mitarbeiter stets willkommen sind. Ein großer Fokus liegt auf Ausbildung von jungen Leuten, um dem Fachkräftemangel entgegen zu wirken. Wir bieten Leistungen für die betriebliche Altersvorsorge, regelmäßige Events und weitere Benefits.“

Der komplexe Sonderbau für Omnibusse ist ein spannendes und abwechslungsreiches Tätigkeitsfeld, genau das Richtige für Kollegen, die sich mit Herzblut einbringen wollen.“ Gesucht werden Elektriker, Tischler sowie Mechatroniker.

■ Übrigens: Gerade entsteht am Standort in Müncheide ein über 100 Quadratmeter großer Showroom, der alles präsentieren wird, was OES anbietet und verarbeitet, von Leder- und Stoffmustern bis hin zu Kühlschränken. Wie die Komponenten im fertigen Bus aussehen könnten, visualisieren 3D-Ansichten.



Omnibus Elektronik & Service GmbH
Siemensring 111 · 47877 Willich
Tel.: +49 (0) 2154/88083-11
Fax: +49 (0) 2154/88083-60
info@oes-line.eu
www.oes-line.eu



MEDIA SPECTRUM - THE TECHNICAL EVENT EXPERTS

Seit 40 Jahren Full-Service Dienstleister für jede Art von Veranstaltungen



■ **Ob Licht-, Ton-, Medien- und Videotechnik, Bühnen, Messe- und Setbau, knifflige Sonderkonstruktionen sowie hybride oder digitale Eventformate – Media Spectrum macht Events zu einem einmaligen Erlebnis mit Erinnerungs- und Wiedererkennungswert.** Seit 1983 ist das Willicher Unternehmen darauf spezialisiert, für **Veranstaltungen und Medieninstallationen jeder Größenordnung** den perfekten technischen Rahmen zu schaffen. Mit den höchsten Ansprüchen an Qualität, Flexibilität, Professionalität und Zuverlässigkeit, „on point“ und „in time“, wird der Kunde von der ersten Idee bis hin zur Planung, Realisierung und Nachbereitung des Projekts begleitet, beraten und unterstützt.

■ DAS KOMPLEXE EVENT-SPECTRUM

Das Anforderungsspektrum von Events wird zunehmend komplexer. Media Spectrum blickt als **technischer Generalunternehmer** für seine Kunden über den Tellerrand hinaus und findet **individuelle kreative Lösungen**, um eine Kommunikationsidee professionell und routiniert "über die Bühne zu bringen" und dabei das Ziel nicht aus den Augen zu verlieren: ein **eindrucksvolles, multisensorisches Erlebnis** zu erschaffen, das Besucher, Teilnehmer und Kunden dauerhaft begeistert.



■ PERFEKT ABGESTIMMTE KLANGERLEBNISSE

Der Anspruch ist klar: für jedes Event den **besten Klang** herauszuholen. Ob **lautstarkes OpenAir**, **filigranes Konzert**, **hippe Fashion-Show** oder **seriöse Business-Tagung**: Der Kunde erhält stets ein genau an das Eventkonzept angepasstes, individuelles Sound-Erlebnis. Dabei kommt hochmoderne Technik zum Einsatz, um das bestmögliche Ergebnis abrufen zu können.

■ TURN THE LIGHTS ON

Jedes Event braucht **Beleuchtung**. Die Gäste einer Veranstaltung wollen schließlich nicht im Dunkeln sitzen. Aber wie genau wird die Stimmung nach Kundenanforderung kreiert? Hier kommt Media Spectrum ins Spiel. Denn kaum eine Komponente beeinflusst die **Atmosphäre eines Events** so sehr wie die Beleuchtung. Je nach Einsatz der unterschiedlichen Lichtquellen, Farben und Bewegungen entsteht ein völlig anderes Stimmungsbild.

■ VIDEOINSTALLATIONEN, DIE WIRKEN

Bewegtbild ist die Zukunft: eine Prognose, die sich in der Präsentation von Marken schon lange behauptet hat - online wie offline. Für die **Gestaltung von Events und Messeauftritten** sowie die **Ausstattung von repräsentativen Räumen** gehören **Multimedia-Präsentationen, LED-Wände** und **großflächige Video-Installationen** mittlerweile zum Standard-Repertoire. Der Kunde profitiert von der Planung bis zur Realisierung von der Beratung, Expertise und High-End-Technik des Willicher Full-Service Providers.

■ THE STAGE IS YOURS

Große Bühnen, kleine Bühnen, runde Bühnen, Sonderkonstruktionen - jeder Raum und jedes Gelände ist anders beschaffen, so dass der Kunde genau die Bühne erhält, die für die Eventanforderungen perfekt passt. Genauso wichtig wie Ästhetik und

Flexibilität ist Sicherheit, damit eine Veranstaltung nicht nur gut, sondern auch absolut safe über die Bühne geht.

■ EIN MESSEAUFTRIFF MIT WIRKUNG

Media Spectrum weiß, wie es funktioniert, Marken, Unternehmungen oder Organisationen perfekt in Szene zu setzen. Der **Messe- und Setbau** ist daher sowas wie der **Sonntagsanzug der Live Kommunikation**. Er muss perfekt sitzen, richtig gut stehen, hochwertig verarbeitet sein und das gewisse Etwas haben, das Menschen begeistert. Um genau das zu erreichen, legt das Willicher Unternehmen sein Knowhow in die Konzeption und Realisation einer individuellen Lösung, die Ihre Kunden strahlen lässt.

■ DIE EVENT DNA - LET'S CREATE SOME MAGIC

Media Spectrum bündelt als **Full Service Provider für technisches Event Engineering** alle Event-Gewerke, die notwendig sind, um jede Form von Event, Kommunikationsidee oder Multimedia-Vermarktung auf die Beine zu stellen. Media Spectrum ist ein **Team aus engagierten Profis** - von alten Hasen bis hin zu jungen Spunden - **mit 40 Jahren Erfahrung** am Markt. Im **5000 Quadratmeter großen Lager** schlummert **modernste Veranstaltungstechnik**, die mit **eigener Logistik** flexibel geliefert werden kann. Den Satz „Geht nicht“ hört man dabei nie: Es gibt für jede Situation eine Lösung - und wenn dafür am Ende eine **Sonderkonstruktion oder Speziallösung nach Kundenwünschen** ausgetüfelt wird.

■ WERTE SCHAFFEN

Was Media Spectrum erschafft, sind nicht bloß Ereignisse, sondern **einmalige Erlebnisse** - echte Mehrwerte, die **Botschaften und Marken nachhaltig Ausdruck** verleihen. Dabei liegt der Fokus mit Beginn der Beratung und Konzeption darauf, **ressourcenschonend** zu denken, um Elemente auch wieder-

verwenden zu können. Das große Ganze denken hört für das Unternehmen nicht an der nächsten Ecke auf. Aus all diesen Gründen ist jedes Event für Media Spectrum mehr als die Summe seiner Teilchen: Es ist ein **Gesamtkunstwerk**, das die berühmte Live-Magie entstehen lässt und dadurch das Potential hat, multisensorisch und wirklich nachhaltig zu wirken.



40 JAHRE
MEDIA SPECTRUM

[THE TECHNICAL EVENT EXPERTS]
 Otto-Brenner-Straße 2
 47877 Willich
 Phone: +49 (0)2154 9449 0
 Mail: info@mediaspectrum.de
 Web: www.mediaspectrum.de

**Satelliten-
telefone
angekommen**

■ Die Satellitentelefone, die der Kreis angeschafft hat, sind bei der Stadt Willich angekommen. Konkret zwei Stück, und Bürgermeister Christian Pakusch und Sascha Döhmen (städtische Teamkoordination Feuer- und Zivilschutz) begutachteten die Geräte - immer vor dem Hintergrund, sie hoffentlich nie einsetzen zu müssen: Sie sind dazu gedacht, bei **Flächendeckenden, länger anhaltenden Stromausfällen die Kommunikation sicherzustellen**. Ein „Willicher“ Gerät wird beim Stab für **außergewöhnliche Ereignisse (SAE)** deponiert, das andere bei der **Feuerwehr-Einsatzleitung**. Die Geräte sollen auch dann Kommunikation und Koordination zwischen Kreis und Städten sicherstellen, wenn es wider Erwarten einmal zu längeren und flächendeckenden Stromausfällen kommen sollte - dann funktionieren natürlich keine „normalen“, stromabhängigen Telefone mehr, und auch das **Mobilfunknetz** wird sind dann langfristig verabschieden. Dann können vom normalen, lokalen Stromnetz unabhängige Satellitentelefone die Kommunikationsfähigkeit im Kreis sichern.



Foto: Stadt Willich

**Inklusion
in der
Arbeitswelt**



Foto: IHK

■ Die bereits etablierte und von den Unternehmen der Region geschätzte **Fachberatung für Inklusion** ist nun unter der Bezeichnung **Einheitliche Ansprechstelle für Arbeitgeber (EAA)** bei der **Ausbildungs-GmbH der Industrie- und Handelskammer (IHK) Mittlerer Niederrhein** verankert. Seit dem 1. Januar steht **Dorothee Schartz** für Fragen zur Beschäftigung von Menschen mit **Schwerbehinderung** zur Verfügung. Die Fachberaterin informiert, berät und unterstützt Betriebe, die **Menschen mit Behinderung ausbilden, einstellen oder weiterhin beschäftigen** wollen. Dabei ist sie **dauerhafte Ansprechpartnerin für die Betriebe im gesamten Prozess der Beschäftigung**. „Das Angebot ist **niedrigschwellig und kostenfrei** - ein Anruf oder eine Mail genügen, um von mir beraten zu werden“, so Schartz. In der teils **unübersichtlichen Förderlandschaft** hat die Fachberaterin eine **Lotsefunktion** inne, sie berät zu Fragen der **Beschäftigungspflicht**, zum **Einsparpotenzial bei der Ausgleichsabgabe** sowie zu **möglichen Prämien und Zuschüssen**. Gerade Menschen mit einer **Schwerbehinderung** gehören zu den **motiviertesten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern** in Unternehmen. „Doch nicht jeder Betrieb bietet ihnen die Chance, ihr Potenzial unter Beweis zu stellen. Daher ist es - gerade in Zeiten des **Fachkräftemangels** - wichtig, dass die **Unternehmen dieses Potenzial als Chance nutzen**, um ihre freien Stellen mit **hochqualifiziertem Personal** zu besetzen“, sagt Schartz. Die Leistungen der EAA werden aus der **Ausgleichsabgabe** finanziert und sind für ratsuchende Arbeitgebende **kostenfrei**, das Angebot erfolgt in Zusammenarbeit mit dem **Landschaftsverband Rheinland (LVR)**. Dorothee Schartz ist unter Tel. 02151 635-367 sowie per Mail unter dorothee.schartz@mittlerer-niederrhein-gmbh.ihk.de zu erreichen.

**Neuer Sach-
verständiger
Jens Loskant**

■ Die Industrie- und Handelskammer (IHK) Mittlerer Niederrhein hat mit **Jens Loskant** einen neuen **Sachverständigen** in ihrem Pool: IHK-Hauptgeschäftsführer **Jürgen Steinmetz** vereidigte den Kaarster als **Sachverständigen für „Geschwindigkeitsmessungen und Rotlichtüberwachungsanlagen“**. In Kooperation mit der Hauptverwaltung der **DEKRA Automobil GmbH** in Stuttgart hat Loskant ein duales Studium unter Mitarbeit im dortigen Fachbereich **„Unfallanalytik und Verkehrsüberwachung“** mit dem **Bachelor of Engineering (B.Eng.)** abgeschlossen. Seit 2011 ist er als Ingenieur bei der **DEKRA Automobil GmbH** in Düsseldorf beschäftigt. Zu seinen Tätigkeitsfeldern gehört die **Erstellung von Gutachten** unter anderem zur **Verkehrsüberwachung** und der **Unfallrekonstruktion**. Neben der **Begutachtung von Geschwindigkeits-, Abstands- und Rotlichtvorwürfen** werden damit auch **Unfallhergänge und Vermeidbarkeiten** betrachtet. Für die Begutachtungen wird zunehmend auf **moderne Messtechnik** wie zum Beispiel **Drohnen und 3D-Scanner** zurückgegriffen. Seit vergangem Jahr ist Loskant **Fachgebietsverantwortlicher für den Bereich „Unfallanalytik und Verkehrsmesstechnik“** der **DEKRA-Niederlassung Düsseldorf**. Nach dieser Vereidigung zählt der **Experten-Pool der IHK 97 Sachverständige**. Ein **Verzeichnis öffentlich bestellter Sachverständiger** stellt die **IHK-Organisation** zur Verfügung unter: www.svv.ihk.de



Foto: IHK

Unser Bild: **IHK-Hauptgeschäftsführer Jürgen Steinmetz** (links) vereidigte **Jens Loskant** im Beisein von **IHK-Juristin Karoline Tegeder**.

■ „**Belastungs-Ballast abwerfen**“, „**Schneller werden durch Digitalisierung**“, „**Einmal zugelassen, nicht mehr neu beantragen**“ - das sind drei von zehn sogenannten **Tempo-Thesen**, die die **Deutsche Industrie- und Handelskammer**, unter anderem mit Beteiligung der **Industrie- und Handelskammer (IHK) Mittlerer Niederrhein**, veröffentlicht hat. „**Wir müssen die derzeitigen Krisen als neue Normalität begreifen**“, erklärt **IHK-Hauptgeschäftsführer Jürgen Steinmetz**. „**Leider ist unser Staat nicht immer ausreichend handlungsfähig und agiert viel zu langsam**.“ Das zeigt sich auch in der Region. Die **IHK Mittlerer Niederrhein** hatte im vergangenen Jahr für die **vier Teilregionen des IHK-Bezirks** (Krefeld, Mönchengladbach, Rhein-Kreis Neuss und Kreis Viersen) **Standortanalysen auf Basis von Unternehmensbefragungen** veröffentlicht. Vor allem mit den **kommunalen Leistungen** waren die Betriebe bei allen vier Analysen **unzufriedener** als bei der Befragung im Jahr 2017. Seit Jahren appelliere die **IHK-Organisation** an die Politik, **Verwaltungsverfahren zu verschlanken und zu digitalisieren, Genehmigungen zu vereinfachen und zu standardisieren** - insgesamt **agiler** zu werden. „**Leider sind die Rufe nahezu ungehört verhallt**.“ Das Land verliere schleichend einst **typisch deutsche Standortvorteile: verlässliche und transparente Behörden, sichere Energieversorgung, gute Bildung, ausreichende Fachkräfte, gute Verkehrsinfrastruktur**. „**Nun wirken die aktuellen Krisen wie ein Brennglas: Wo ein schneller Energieträgerwechsel den Unternehmen das Überleben erleichtern sollte, wartet zunächst ein langes Genehmigungsverfahren**“, so Steinmetz. Wo **Standardprodukte** - zum Beispiel **Fertighäuser oder Photovoltaik-Anlagen** - ohne erforderliche Einzelgenehmigungen gleich genutzt werden könnten, **bremsten weiterhin zum Teil jahrelange Verfahren**. „**Bürger und Unternehmen agieren schnell und flexibel**“, so Steinmetz, „**der Staat bleibt oft starr und unbeweglich**.“ Wie **Planungs- und Genehmigungsverfahren beschleunigt** werden können, zeigen die zehn „Tempo-Thesen“. Zu diesem Vorschlagskatalog gehören der **Verzicht auf Einzelgenehmigungen bei Standardprodukten, parallele Genehmigungsverfahren bei Großprojekten** und ein **umfassender Abbau von Vorschriften und Auflagen**. Eine ausführliche Übersicht über die zehn Thesen ist online zu finden: www.dihk.de

■ **Spaß an der Natur? Auch an Arbeit in der Natur?** Dann ist das eine **perfekte Offerte: Die Stadt Willich bietet ab August eine Stelle im FÖJ, im Freiwilligen Ökologischen Jahr**. **Ausbildungskoordinatorin Rebecca Foitzik**: „**Das FÖJ ist wirklich eine coole Sache: Hier wird jungen Menschen zwischen 16 und 27 Jahren in der Phase zwischen Schule und Beruf ein Angebot für die persönliche und berufliche Lebensorientierung gemacht**.“ Konkret erfolgt der Einsatz unter anderem in der **Eva Lorenz Umweltstation/NABU**, im **Schlosspark Neersen** oder auch im **Baubetriebshof**. Mitbringen sollte man **Interesse an ökologischen Fragestellungen, die Bereitschaft, draußen zu arbeiten, das Interesse, eigenständig Projekte zu realisieren** und auch **Spaß an der Arbeit mit Kindern**. Weitere Infos und auch der Weg zur Bewerbung unter www.stadt-willich.de/de/aktuelles/stadt-willich-bietet-foej/.

■ Die **Industrie- und Handelskammer (IHK) Mittlerer Niederrhein** macht darauf aufmerksam, dass **Gesellschaften, die ihrer Pflicht zur Registrierung im Transparenzregister nicht nachkommen, hohe Bußgelder drohen**. In dem Register werden Angaben über die **wirtschaftlich Berechtigten** von „**Vereinigungen**“ und „**Rechtsgestaltungen**“ erfasst und zugänglich gemacht. Unter „**Vereinigungen**“ fallen alle **juristischen Personen des Privatrechts wie AG, GmbH, UG (haftungsbeschränkt), Vereine, Genossenschaften, Stiftungen, Europäische Aktiengesellschaft (SE), KG a.A. sowie eingetragene Personengesellschaften** (unter anderem **OHG, KG, Partnerschaften**). Mit „**Rechtsgestaltungen**“ sind bestimmte **Trusts und Treuhänder in Verbindung mit Stiftungen und stiftungsähnlichen Gebilden** gemeint. Die **Frist zur erstmaligen Registrierung unter www.transparenzregister.de ist für alle registrierungspflichtigen Gesellschaften seit dem 31. Dezember 2022 abgelaufen**. Der **Vollzug der Bußgeldvorschriften bei Verstößen gegen die Erstmeldung der wirtschaftlich Berechtigten wurde zeitlich gestaffelt: für Aktiengesellschaften (AG, SE) sowie Kommanditgesellschaften auf Aktien bis zum 31. März 2023, für Gesellschaften mit beschränkter Haftung, (Europäische)**

**Einfacher,
schneller,
innovativer -
zehn „Tempo-
Thesen“**

**FÖJ - Job in
der Natur**

**Fehlende
Registrierung
im Transpa-
renzregister:
Ab April
drohen hohe
Bußgelder**

Mit uns behalten Sie den Überblick!

Wir arbeiten zusammen, damit Sie rundum versorgt sind.

Hanspach-Bieber | Partner
RECHTSANWALT UND STEUERBERATER

- Steuerberatung
- Unternehmensberatung
- Rechtsberatung

Seit 40 Jahren Ihr Partner in allen Steuerfragen!

Marco Gerstinger Steuerberater | Elisabeth Hanspach-Bieber Steuerberaterin und Wirtschaftsprüferin | Jens Hanspach Fachanwalt für Steuerrecht

Krefelder Straße 219 | 47877 Willich | Telefon 02154-9263 | www.hanspach-bieber.de

Genossenschaften und Partnerschaften bis zum 30. Juni 2023 und für sonstige Gesellschaften, insbesondere eingetragene Personengesellschaften, bis zum 31. Dezember 2023. „Sollte ein Unternehmen seinen Mitteilungsverpflichtungen bislang noch nicht nachgekommen sein, droht ihm nach Ablauf der Frist ein Bußgeld“, betont Gregor Waschau, Berater Recht bei der IHK. Wenn die Angaben zu den wirtschaftlich Berechtigten nicht, nicht richtig, nicht vollständig oder nicht rechtzeitig eingeholt, aufbewahrt, aktualisiert oder der registerführenden Stelle mitgeteilt werden, könne ein Bußgeld bei vorsätzlicher Begehung bis zu 150.000 Euro, bei leichtfertiger Begehung bis zu 100.000 Euro und bei schwerwiegenden, wiederholten oder systematischen Verstößen bis zu 1.000.000 Euro oder bis zum Zweifachen des aus dem Verstoß gezogenen wirtschaftlichen Vorteils erhoben werden. Der Bundesanzeiger Verlag gibt als registerführende Stelle zahlreiche Hilfestellungen unter www.transparenzregister.de. Weitere Informationen gibt es auch auf der IHK-Website (www.mittlerer-niederrhein.ihk.de/27759) oder bei Gregor Waschau (Tel. 02151 635-416, E-Mail: gregor.waschau@mittlerer-niederrhein.ihk.de).

Impulse für die Zukunft: Forum Mittelstand

■ **Fachvorträge besuchen und Kontakte knüpfen:** Das ist seit über zehn Jahren und inzwischen 55 Veranstaltungen das Erfolgsrezept des Forum Mittelstand Niederrhein. Die Gesprächsabende mit kompetenten Referenten und persönlichen Begegnungen an unterschiedlichen Standorten haben sich zu einem beliebten Forum für die Unternehmen aus dem Kreis Viersen entwickelt. „Die Qualität der Veranstaltungen ist sehr hoch. Das positive Feedback bestätigt uns immer wieder bei unserer Auswahl der Themen und der Referenten“, sagt Dr. Thomas Jablonski, Geschäftsführer der Wirtschaftsförderungsgesellschaft (WFG) Kreis Viersen. Pro Jahr finden fünf Gesprächsabende statt, bei denen aktuelle Fragen präsentiert und diskutiert werden. Organisiert wird die populäre Veranstaltungsreihe von Uta Pricken, Projektleiterin beim Technologie- und Gründerzentrum Niederrhein (TZN) in Kempen. Den hochkarätigen Referenten stehen jeweils weitere Experten auf dem Podium zur Seite, die fachkundige Antworten in der Diskussionsrunde mit den Gästen garantieren. Die Veranstaltungen werden moderiert von Prof. Dr. Thomas Merz.



Unser Bild: Der Geschäftsführer der WFG, Dr. Thomas Jablonski, und Organisatorin Uta Pricken präsentieren das Programm für das Forum Mittelstand 2023.

■ Für 2023 sind erneut fünf Veranstaltungen geplant. Den Auftakt bildete im März das Thema Wasserstoff. Wie potenzielle Wettbewerbsnachteile durch die Minimierung von Abhängigkeiten reduziert werden können, wird Prof. Dr. Jürgen Quade von der Hochschule Niederrhein in seinem Vortrag unter der Überschrift „Technologie Resilienz in KMU“ beleuchten. Das Thema steht am 23. Mai im Rathaus Nettetel auf dem Programm. Kommunikationsberater Dr. Sven Pastoors stellt am 20. Juni im Gründerzentrum Stahlwerk Becker in Willich das Thema „Serious Gaming“ vor. Dabei handelt es sich um spielerisches Lernen, mit dem Fähigkeiten wie strategisches Denken, Motivation und der Umgang mit Kritik gefördert werden können. Wie geht man mit überzogenen Erwartungen, Empörungskultur und Besserwisseri um? Das ist das Thema des Forum Mittelstand am 5. September im Bürgerhaus Schwalmatal. Nils Schmidt, Vorstand des Verbands für Fach- und Führungskräfte e.V. (DFK), widmet sich der „Führung in Zeiten einer steigenden Oppositionsmentalität“. Zum Abschluss der Reihe im Jahr 2023 steht Schwarmintelligenz für mittelständische Unternehmen auf dem Programm. Am 7. November zeigt Prof. Dr. Gerhard Nowak von der IST-Hochschule für Management bei der action medeor in Tönisvorst auf, dass gemeinschaftliches Handeln zum Erfolgsprinzip avanciert. Titel seines Vortrages: „Das WIR gewinnt – immer!“ Kontakt Forum Mittelstand: Uta Pricken, Telefon 02152/202921, E-Mail: uta.pricken@wfg-kreis-viersen.de

Recherche-Tool für Unternehmen

■ „Finden statt Suchen“, lautet das Motto, unter dem die Industrie- und Handelskammer (IHK) Mittlerer Niederrhein den IHK-Atlas Wirtschaft an den Start gebracht hat. Das webbasierte Tool ermöglicht es Firmen, jederzeit nach einer Vielzahl unternehmensrelevanter Informationen zu recherchieren. So können sie zum Beispiel nach Betrieben einzelner Branchen, nach in bestimmten Gewerbegebieten ansässigen Firmen oder nach Adressen von Betrieben suchen. Die Ergebnisse können im Anschluss in Form einer Excel-Datei exportiert werden. Darüber hinaus bietet der IHK-Atlas Wirtschaft weitere nützliche Informationen wie eine Übersicht über Netzwerke, Verlinkungen zu Statistikportalen und eine Aufstellung von Unternehmen aus dem Umwelt- und Energiebereich. „Das Tool ist für alle Unternehmen interessant - vom Start-up bis zum Konzern“, erklärt Silke Hauser, Leiterin des IHK-Bereichs Industrie, Klimaschutz und Mobilität. „Firmenanschriften sowie -kontakte können sie ebenso rund um die Uhr suchen wie raumbezogene Zahlen, Daten und Fakten.“ Interessant ist der Atlas etwa für Gründerinnen und Gründer, die für ihren Geschäftsaufbau Partnerunternehmen in der Umgebung finden möchten. Auch für Unternehmen, die auf der Suche nach potenziellen Kunden aus bestimmten Branchen sind, kann das Tool eine große Hilfe sein. Der IHK-Atlas Wirtschaft ist zu finden unter www.mittlerer-niederrhein.ihk.de/27977. Dort gibt es auch eine Kurzanleitung. Fragen beantwortet IHK-Beraterin Stephanie Willems (Tel. 02151 635-345, E-Mail: stephanie.willems@mittlerer-niederrhein.ihk.de).

■ **Jugendliche auf das Berufsleben vorzubereiten und sie beim Übergang von der Schule in den Beruf zu stärken** – das ist das Ziel, das sich die ehrenamtlich tätigen Mitglieder der Lokalen Agenda 21- Gruppe „Jugend und Wirtschaft“ auf die Fahnen geschrieben haben. Dabei benötigen sie jetzt die Unterstützung weiterer ehrenamtlicher Helfer, die Schülerinnen und Schüler in einem praxisnahen Training auf Vorstellungsgespräche vorzubereiten. Wer also über entsprechende Berufserfahrung verfügt, Spaß an der Arbeit mit Jugendlichen hat und sich einsetzen will, der ist bei den Ehrenamtlern der Lokalen Agenda 21 der Stadt Willich an der richtigen Adresse. Die Mitglieder der Lokalen Agenda sind berufserfahrene, ehemalige Führungskräfte aus mittelständischen Unternehmen und Konzernen mit jahrelanger Führungsverantwortung. Kurz gesagt Praktiker, die wissen, worauf es bei einer Bewerbung ankommt – und die diese Erfahrungen zum Nutzen der Jugendlichen weitergeben möchten. „Dass die Arbeit der Lokalen Agenda 21 erfolgreich und zudem anerkannt ist, zeigt der konkrete Erfolg der Jugendlichen – aber auch Ehrenpreise, mit der die Gruppe von der Stadt Willich, vom Kreis Viersen und vom Land NRW in der Vergangenheit schon ausgezeichnet wurden“, so Willicher Pressesprecher Michael Pluschke. Wer sich für die Arbeit mit Jugendlichen und zudem für eine ehrenvolle Aufgabe einsetzen möchte: Der richtige Ansprechpartner ist Jürgen Rehse (mail: juergen.rehse@tonline.de).

■ **Qualifiziertes Personal ist in den meisten Branchen bereits heute knapp** – und die demografische Entwicklung dürfte die Lage in den kommenden Jahren weiter verschärfen. Die Industrie- und Handelskammern in NRW (IHK NRW) bieten ihren Mitgliedsunternehmen eine thematisch breit aufgestellte, kostenfreie Webinarreihe an, mit der sie ihr Unternehmen ideal auf die Sicherung des Fachkräftebedarfs vorbereiten können. Alle teilnehmenden Kammern – darunter auch die IHK Mittlerer Niederrhein – bieten darüber hinaus weitere Beratungs- und Informationsmöglichkeiten zum Thema Fachkräftesicherung an. Die ersten beiden Termine haben bereits stattgefunden, folgende Webinare sind noch im Angebot:

- „Rekrutierung – wie spreche ich Kandidaten erfolgreich an?“, 25. April, 11.30 Uhr;
- „Führen in stürmischen Zeiten – Führungskompetenzen, die in der Zukunft noch weiter an Bedeutung gewinnen werden“, 27. April, 11 Uhr;
- „Onboarding und Preboarding von Azubis“, 1. Juni, 10 Uhr;
- „Die neuen einheitlichen Ansprechstellen für Arbeitgeber – mehr Inklusion zur Fachkräftesicherung“, 21. Juni, 14 Uhr.
- „Arbeitszeitmodelle der Zukunft“, 22. August, 11.30 Uhr;
- „Hilfe für Auszubildende in Krisensituationen: Projekterkenntnisse und Handlungsempfehlungen für Ausbilderinnen und Ausbilder“, 25. Oktober, 10 Uhr.

Weitere Informationen zum Thema Fachkräftesicherung, zur Webinarreihe sowie die Möglichkeit zur Anmeldung gibt es unter: www.mittlerer-niederrhein.ihk.de/8320

Lokale Agenda 21: Gruppe „Jugend und Wirtschaft“ sucht Verstärkung

Fachkräftemangel: IHK-Sonderauswertung verdeutlicht Not der Unternehmen



Leben ist Bewegung

Die Pflege zu Hause kann anstrengend sein.

Praktische Ideen, wie Sie effektiv helfen und dabei auf Ihren Rücken achten, gibt Ihnen unser Online-Portal, der BARMER Pflegecoach.

Schauen Sie sich das Thema "Bewegung wirksam unterstützen" an: rund um die Uhr, kostenlos und ohne Anmeldung.



Mehr Infos unter: www.barmer-pflegecoach.de

Artikelnummer 1703075/02/0623

Ideen, die Sie abheben!

f layouthero

QR-Code scannen und Kontakt aufnehmen für Ihren professionellen, aktuellen und individuellen Unternehmensauftritt in Print und Social Media!

LAYOUT-HERO
Das Grafik-Büro.

Stipendium für innovative Existenzgründer

■ Prima Geschäftsidee, aber keinen Plan zur Umsetzung? Das Gründerstipendium NRW eröffnet die Chance, innovative Geschäftsideen auf den Weg zu bringen und in die Gründerszene der Region einzusteigen. Mit dem Stipendium werden Gründer vor der Existenzgründung unterstützt, damit sie den nötigen Freiraum erhalten, sich voll und ganz auf ihre Geschäftsidee konzentrieren zu können. Der erste Schritt: Kontakt mit einem akkreditierten Gründungsnetzwerk aufnehmen. Ein solches Gründernetzwerk haben der Kreis Viersen und der Rhein-Kreis Neuss mit ihren Wirtschaftsförderungsgesellschaften gebildet. Interessierte Existenzgründer aus den beiden Kreisen können ihre Bewerbung als Ideenpapier einreichen. Empfiehlt die Jury die Geschäftsidee, wird ein Förderantrag gestellt. Das Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein Westfalen unterstützt Gründer, die vor oder am Anfang der Existenzgründung stehen, mit einem monatlichen Stipendium in Höhe von 1000 Euro für maximal ein Jahr. Darüber hinaus erhalten die Stipendiaten die Gelegenheit, sich in Gründernetzwerken auszutauschen und sich durch individuelles Coaching begleiten zu lassen. Gefördert werden Einzelgründer oder Teams von bis zu drei Personen. Ob Produkte, Verfahren oder Dienstleistungen - wichtig ist der innovative und zukunftsweisende Charakter einer Geschäftsidee. Wer bereits erste Ideen entwickelt hat, kurz vor der Gründung steht oder schon einen Schritt weiter ist und innerhalb der vergangenen zwölf Monate ein Start-up-Unternehmen ins Leben gerufen hat, kann sich um ein Stipendium bewerben. Interessenten aus dem Kreis Viersen können sich an Gründungsberater Mathias Brockmann bei der WFG Kreis Viersen wenden unter Tel.: 02162 / 8179115 oder per E-Mail: mathias.brockmann@wfg-kreis-viersen.de

EU-Projekt "WiFi4EU" abgeschlossen: 15.000 Euro Fördersumme

■ Das schon recht lange laufende EU-Projekt „WiFi4EU“ ist jetzt auch für die Stadt Willich mit einem guten Ende abgeschlossen worden. Letztlich sind damit WLAN-Accesspoints geschaffen worden: Am Rathaus in Willich (Innen & im Außenbereich des Kaiserplatzes) und am Schloss Neersen (Kulturetage „Motte“ und Schlossinnenhof). Vorgeschichte: Das Förderprogramm steht Gemeinden in der Europäischen Union offen; Gemeinden, die einen „Gutschein“ über 15.000 Euro erhalten, können damit Hotspots an Zentren des öffentlichen Lebens einrichten und müssen danach mindestens drei Jahre lang für den Internetzugang und die Wartung der Ausrüstung zahlen, um eine kostenlose und hochwertige WLAN-Internetanbindung für die Bürger zu gewährleisten.



Schon im November 2018 hatte sich die Willicher Wirtschaftsförderung (Wifö) im Namen der Stadt ins Programm eingeklinkt, war allerdings nicht zum Zuge gekommen. Auch diverse weitere Versuche blieben erfolglos - in einer dritten Runde des Jahres 2019 kam Willich aber nun zum Zug, und im Dezember 2019 wurde eine formale „Finanzhilfvereinbarung“ (ein Vertrag zwischen der Europäischen Kommission zur Schaffung öffentlicher WLAN-Zugangspunkte in Gemeinden und der Stadt Willich). Danach beauftragte die Wirtschaftsförderung den „Bundesverband Straßenbeleuchtung und Infrastruktur für den öffentlichen Sektor“ (BVS) mit der Vergabevorbereitung und Bewertung nach UfAB (Unterlage für Ausschreibung und Bewertung von IT-Dienstleistungen), und dann konnten die Wifö in Zusammenarbeit mit der EDV die Standorte festlegen. Dann wurde von übergeordneten Stellen geprüft, ausgewertet, eine Vergabeempfehlung ausgesprochen, eine Firma beauftragt, es wurden pandemie-bedingte Lieferengpässe überwunden, mehrfach Fristverlängerungen der Europäischen Kommission gewährt - und 2022 schließlich konnte an den ausgewählten Standorten wurde in Abstimmung mit der Willicher EDV-Abteilung mit den vorbereiteten Maßnahmen zur Installation der WLAN-Accesspoints begonnen werden.

PS-Zweckertrag: Ausschüttung für Willicher Vereine



Foto: Sparkasse

■ Die Sparkasse Krefeld schüttet aus dem PS-Zweckertrag rund 710.000 Euro an mehr als 600 Vereine und gemeinnützige Organisationen in Krefeld, im Kreis Viersen sowie im südlichen Kreis Kleve aus. Anfang März begrüßte Regionalmarktleiter Marco Jütten (links) seine Gäste aus Willich, Anrath, Schiefbahn und Neersen. Zahlreiche Vertreterinnen und Vertreter von Vereinen und gemeinnützigen Organisationen waren der Einladung gefolgt und freuten sich über die erhaltenen Spenden. Einige Gäste nutzten die Gelegenheit und stellten den Anwesenden ihre Projekte und die Verwendung der Spendenmittel kurz vor. Die Bandbreite der geförderten Empfänger und Projekte ist groß. So kommen Fördervereine von Kindergärten und Schulen, Sportvereine, Altenheime, Sozialverbände, Kulturträger ebenso wie Karnevalsvereine oder auch Katastrophenhelfer in den Genuss der Geldmittel. Dabei orientieren sich die Fördersummen an den individuellen Projekten und reichen von 500 Euro bis hin zu Großspenden.

BGM: Neue Fachberaterin in der Halle 22



Foto: Halle22

■ Die Halle 22 hat eine neue Fachkraft für den Bereich Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM): Melanie Pahlad (50) ist Ansprechpartnerin für alle BGW-Maßnahmen und -Konzepte, die die Halle in Zusammenarbeit mit Unternehmen erarbeitet, sowie für die Maßnahmen in den Unternehmen vor Ort.



Gut aufgestellt in die Zukunft

■ Wie die Beratung zur Fachkräftesicherung der Agentur für Arbeit Krefeld den Unternehmen in Willich helfen kann.

■ Der Fachkräftebedarf dominiert den Arbeitsmarkt. Doch wie können Unternehmen diesem begegnen und sich erfolgreich für die Zukunft aufstellen? Welche Möglichkeiten und Förderungen gibt es? Britta Hellwig und Kirsten Eßer-Westphal sind die Beraterinnen zur Fachkräftesicherung der Agentur für Arbeit Krefeld und erklären das Dienstleistungsangebot.

■ An wen richtet sich das Beratungsangebot? Das Angebot der Beratung zur Fachkräftesicherung richtet sich an alle Unternehmen in der Region, insbesondere an kleine und mittelständische Betriebe.

■ Mit welchen Anliegen können sich Unternehmen an Sie wenden?

Wir möchten Unternehmen dabei unterstützen, nicht nur Personal erfolgreich zu rekrutieren, sondern dieses auch langfristig an das Unternehmen zu binden. Wir leisten Aufklärungsarbeit, zeigen Lösungswege auf und sensibilisieren für das, was getan werden muss, damit das Unternehmen auch in Zukunft gut aufgestellt ist. Mit unserer Beratung möchten wir Unternehmen helfen, sich weiterzuentwickeln und passende Fördermöglichkeiten zu nutzen. Mit dem demographischen und gesellschaftlichen Wertewandel ist es wichtiger denn je, als attraktiver Arbeitgeber aufzutreten.

■ Wie sieht die Beratung dann ganz konkret aus? Wir vereinbaren einen Termin bei dem Unternehmen, um in

einem persönlichen Gespräch einen Überblick zur aktuellen Situation zu erhalten. Im Anschluss werden dann individuelle und passgenaue Lösungen für das Unternehmen erarbeitet. Bei Bedarf begleiten wir die Unternehmen auch beratend im Umsetzungsprozess.

Wir sind gut vernetzt und kooperieren zudem mit der Beratung der Fachkräftesicherung der IHK Mittlerer Niederrhein, sowie der Agentur für Arbeit Mönchengladbach und können somit ganzheitlich unterstützen, wodurch ein Mehrwert für die Unternehmen geschaffen wird. Wir beraten nicht nur zu eigenen Dienstleistungen und Fördermöglichkeiten, sondern schauen auch über den Tellerrand hinaus. Unsere Beratung ist natürlich kostenlos.



Foto: ifa

■ Kontakt
 Mail: Krefeld.Fachkraefteberatung@arbeitsagentur.de
 Telefon: 02151/92-1038 (Britta Hellwig) und 02151/92-2082 (Kirsten Eßer-Westphal)
 Oder kontaktieren Sie uns per Email: Krefeld.141-Arbeitgeber-Service@arbeitsagentur.de

WERDEN SIE
CHEF
DES MONATS!

50 EUR monatlich steuer- und sozialversicherungsfrei in einen Fitnessgutschein für Ihre Mitarbeiter*innen umwandeln.

Ihre Ansprechpartnerin für BGM:
 melanie.pahlad@halle22.de
 Telefon: 02154-88660



Peer Cox, COX Retail Service GmbH

Menschen beschreiben. Wer mich kennt weiß, dass man mit mir auch eine Menge Spaß haben kann und es selten langweilig wird.

■ Was gefällt Ihnen am meisten an Ihrer beruflichen Tätigkeit?

Ich liebe es, im Team zu arbeiten und gemeinsam Dinge voranzutreiben. Dabei kommen mir sicherlich auch mein Enthusiasmus und meine Dynamik zugute. Mein Motor ist immer der Gedanke, dass wir durch unsere Tätigkeit in der Firma Existenzen sichern und vor allem Einfluss auf eine positive Entwicklung haben können. Dies gilt nicht nur für finanzielle Aspekte, sondern auch auf der Ebene der persönlichen Entwicklung.

■ Wie definieren Sie beruflichen Erfolg?

Na ja, beruflicher Erfolg bedeutet nichts, wenn nicht auch die Faktoren drumherum stimmen. Beruflicher Erfolg bedeutet für mich, es zu schaffen, über Jahre hinweg ein kontinuierliches Wachstum zu generieren. Neue Dienstleistungen und Tätigkeitsbereiche zu entwickeln und erfolgreich zu implementieren. Das machen wir bei COX Retail Service nun bereits seit 12 Jahren, und darauf kann man stolz sein. Das ist für mich ein Erfolg!

■ Welchen Fehler würden Sie nie wieder machen?

Ich bin absolut kein Mensch, der schwierige Umstände oder Missglück als Fehler verbucht. Wenn man eine falsche Entscheidung getroffen hat und diese nicht besonders glücklich war, dann gilt es daraus zu lernen und es bei der nächsten Möglichkeit besser zu machen. Wie ein Coach in einem Workshop mal zu mir sagte: „Es gibt keine Fehler, nur Feedback.“

■ Was erwarten Sie von der Zukunft, wo sehen Sie sich in zehn Jahren?

Diese Frage muss man, denke ich, aus zwei unterschiedlichen Perspektiven sehen. Zum einen aus der kollektiven Sicht und zum anderen aus der betrieblichen Sicht. Ich denke, dass wir auch in den nächsten Jahren vor einigen Herausforderungen stehen werden. Die entsprechenden Themen müssen wir hier nicht weiter ausführen. Wichtig finde ich, dass man im Nachhinein sagen kann, dass man aus allem gelernt hat und zudem Möglichkeiten für eine nachhaltige Verbesserung in Betracht zieht. Ich würde mir einfach wünschen, dass man mehr miteinander als gegeneinander arbeitet und somit mehr Platz für Positivität schafft. Das gilt sowohl für politische, wirtschaftliche und auch zwischenmenschliche Themen. Ich bin davon überzeugt, dass sich diese Idee langfristig auch bewahrheiten wird. Aus beruflicher Sicht erwarte ich, dass wir uns als COX Retail Service weiterhin so prächtig entwickeln, neue nationale und internationale Märkte erschließen und unser Portfolio kontinuierlich ausbauen können. Persönlich sehe ich mich in zehn Jahren zehn Jahre älter und hoffentlich genauso gesund, zufrieden und glücklich, wie ich es jetzt bin.

■ Welchen Berufswunsch hatten Sie als Kind?

Da ein großer Teil meiner Familie bis heute im Immobilienbereich tätig ist, war mein ursprünglicher Berufswunsch der des Immobilienmaklers. Ich habe allerdings recht schnell gemerkt, dass es mich ins Ausland zieht und ich gerne irgendwann einmal auf einem Schiff arbeiten möchte. Letztendlich habe ich dann eine Ausbildung im Hotel absolviert und dort auch länger gearbeitet, den Weg ins Ausland habe ich allerdings eher als Reisender erlebt.

■ Womit haben Sie Ihr erstes Geld verdient, und was haben Sie sich davon gekauft?

Ich habe recht früh in einem Getränkemarkt gearbeitet. Von dem verdienten Geld habe ich mir damals mein erstes Mountainbike gekauft. In ein gutes Fahrrad zu investieren ist auch heute noch immer präsent, da ich nach wie vor sehr gerne bike und viel unterwegs bin.

■ Wo würden Sie gerne einmal ein Jahr Auszeit verbringen und warum gerade dort?

Um ehrlich zu sein, bin ich gar nicht daran interessiert, ein Jahr Auszeit zu nehmen, weil ich das, was ich mache, sehr gerne mache. Ich reise sehr gerne, und in dieser Zeit schöpfe ich Kraft für das, was kommt. Sehr gerne verbringe ich auch Zeit mit meiner Familie in unserem Chalet in Süd-Holland, direkt am Meer. Das ist mein „Happy Place.“

■ Welche historische oder lebende Persönlichkeit würden Sie gerne einmal kennenlernen und warum?

Eine bestimmte Persönlichkeit auszuwählen ist schwierig. Mich inspirieren Menschen, die es durch ihr Denken und Handeln geschafft haben, außergewöhnliche Dinge zu vollbringen und damit wiederum viele andere Menschen nachhaltig bewegen und inspirieren konnten. Da ich mich sehr gerne mit der Persönlichkeitsentwicklung beschäftige, wäre in diesem Bereich aber Tony Robbins eine Persönlichkeit, mit der ich mich gerne einmal länger unterhalten wollen würde.

■ Wie würden Sie sich am ehesten beschreiben?

Ich bin auf jeden Fall ein sehr positiv denkender Mensch. Außerdem würde ich mich als einen sehr ehrlichen und loyalen

TICKET-HOTLINE
02154 - 949 630

Christoph Mayer: BarockJournal - Musik und Neuigkeiten aus dem Barock Sonntag, 21. Mai, Matinee, 11 Uhr, Kapelle Klein-Jerusalem

Das BarockJournal des Geigers Christoph Mayer enthält selten gespielte Solostücke für Barockvioline. Manche sind schlicht, andere kunstvoll und virtuos. Zum Teil waren die Stücke nie für einen Konzertabend gedacht, wie etwa ein dialogisches „Cybell“ von Lully oder eine erst spät aufgefundene Suite von Vilsmayr. Der Zusatz Musik und Neuigkeiten aus dem Barock bezieht sich auch darauf, dass Christoph Mayer zur Erheiterung des Publikums teils informative, teils kurzweilige Geschichten, Briefe und Anekdoten zum Besten gibt. Im 19. Jahrhundert wäre Christoph Mayer sicherlich in den vielen künstlerischen Salons zu finden gewesen, denn er liebt die Nähe zum Publikum, welches er gerne in seine Welt mitnimmt.



Foto: privat

Der Vorverkauf hat begonnen. Auskunft und Kartenbestellung unter 02156 - 949 132, Kulturteam Vorwerk Schloss Neersen.

Weitere Infos zu Aufführungsterminen und Preisen auf der Website der Festspiele (www.festspiele-neersen.de) und im kompakten Flyer, der an vielen Stellen in der Stadt ausliegt und auch per download auf der website der Stadt und der Festspiele gezogen werden kann.



Foto: Privat

KULTURSPONSORING



Sei kein Frosch. Werde Kultursponsor!

Präsentieren Sie Ihr Unternehmen werbewirksam bei Events wie Theater, Kabarett, Konzert, Kindertheater oder den überregional bekannten Schlossfestspielen Neersen. Medial ganzjährig als Anzeige im Kulturkalender, auf Eintrittskarten oder der Website der Stadt. Nutzen Sie die effizienten Werbemöglichkeiten des Sponsorings.

Sie möchten mehr wissen?

Wir informieren Sie gerne über Angebote und individuelle Sponsorpakete.

Telefon **02154 - 949606**

www.stadt-willich.de



Schlossfestspiele Neersen: Ver-rückte Welt 21. Mai bis 6. August

- Die Biene Maja nach dem Kinderbuch von Waldemar Bonsels (Premiere 21. Mai)
- „Der Geizige“, Komödie von Molière mit Kalle Pohl, Regie: Jan Bodinus (Premiere 27. Mai)
- Slam im Schloss! Poetryslam mit Markim Pause (30. Mai)
- „Alleine in der Sauna“ - ein kabarettistisch-komödiantischer Monolog (5. Juni)
- „Mein ferner lieber Mensch“, Lesung mit dem Ensemble der Schlossfestspiele (12. Juni)
- „Udo Jürgens - unvergessen!“ Abend mit Alex Parker (19. Juni)
- „Plötzlich Shakespeare“, Komödie nach dem Roman von David Safier, mit Ralph Morgenstern, Uraufführung in der Regie von Florian Battermann (Premiere 8. Juli)
- „Sissi - Kaiserin der Herzen“ von und mit Chris Pichler (1. August)
- Oper- und Operettengala, Mitglieder der Deutschen Oper am Rhein (5./6. August)
- Gartenlesung „Wo die Liebe hinfällt“ (29. Juli)
- „Kidz Club“ mit Reinhild Köhncke

Scavenger, White Dinner und Feierabendmarkt

■ Keine Einschränkungen mehr in Blick auf Corona, der Frühling rückt näher: es sieht so aus, als könne man sich auf einen „normalen“ Veranstaltungsreigen 2023 freuen. Klar: der Reigen der Schützenfeste steht an - aber was ist daneben in der Stadt noch los? „Eine ganze Menge“, kann Marc-Thorben Bühring vom Stadtmanagement, bei dem im Geschäftsbereich Wirtschaftsförderung die Fäden in Sachen Programm in den Innenstädten zusammenlaufen, berichten: „Schon die Liste der von uns geplanten Veranstaltungen ist recht anschaulich.“ Am 28. April startet der Reigen der zuletzt enorm gut angenommenen **Feierabendmärkte**, wie gewohnt am **letzten Freitag im Monat bis einschließlich September**. Dabei werden die bekannten Stände durch neue ergänzt - etwa wird ein Stand mit **Cocktails** am Start sein. Der **Pop-up-Biergarten in Anrath** startet im Mai am **Mittwoch vor Christi Himmelfahrt (17. Mai)**. Weitere Termine: 16. Juni, 21. Juli, 18. August und 22. September. Mit „So schmeckt Schiefbahn“ wartet eine neuen Veranstaltungsreihe auf Besucher. Hervorgegangen ist diese aus einer Testphase im Spätsommer 2022. Bühring: „Der **Hubertusplatz** wird analog zum Wochenmarkt abgesperrt, und wir werden eine **lange Tischtafel aufbauen, an der die ansässigen Gastronomen die Gäste versorgen und verwöhnen werden** - dazu gibt's dann **Live-Musik**.“ Terminiert ist das Ganze jeweils am **ersten Freitag im Monat**. Erstmals am 5. Mai (als „White Dinner“), am 2. Juni (Motto „Mediterran“), und am 7. Juli auf Rasen - als Picknick. Bühring: „Geplant ist dann im September ein großes Abschlussevent der Reihe mit einem **Streetfoodfestival** - übrigens am **Heimat-Shoppen-Aktionswochenende 8., 9. und 10. September**.“ Die „Scavenger Hunt“ (amerikanische, moderne Variante zur „Schnitzeljagd“, am Anfang



Feierabendmarkt 2022 / Foto: Privat



Scavenger-Hunt 2022 / Foto: Privat

steht eine Liste mit teils originellen Aufgaben, die in kleinen Teams „abgearbeitet“ werden kann) ist wieder da. Bühring: „Vom 8. bis zum 22. Mai, nach der wirklich super angenommenen ersten Hunt 2021 nun die zweite Auflage - mit **Siegerehrung im Rahmen des Feierabendmarktes am 26. Mai**, es werden wieder 150 - neue - Aufgaben aus den unterschiedlichsten Bereichen gestellt. Anmeldungen sind über die **„Scavenger Hunt DE“-App** möglich.“ Dazu kommen noch die **Angebote der vier Willicher Werberinge**. Überall also über Jahr ganz schön was los - was auch Bürgermeister **Christian Pakusch** sehr freut: „Schön, dass so viel angeboten wird. Und dass Bürger, Werberinge und unser Stadtmanagement gemeinsam so viel für die Stadt auf die Beine stellen - man merkt schon, dass viele Willicherinnen und Willicher in der Stadt sich auf die unterschiedlichen Events sehr freuen. Das miteinander hat den Menschen in den letzten Jahren wirklich sehr gefehlt.“



Pop-Up Biergarten 2022 / Foto: Privat

„Will-ich-hin - das Stadtfest“

■ Mit einem neuen Konzept will der Werbering Willich im Sommer überraschen. **Gemeinsam mit der Kölner Event-Agentur „Rutwies“** soll vom 23. bis 25. Juni unter dem Motto „Will-ich-hin“ in der **Alt-Willicher City** ein Stadtfest gefeiert werden, zu dem ausdrücklich **Geschäftsleute, Gewerbetreibende, Gastronomen und Vereine** aus allen vier Willicher Stadtteilen zur Teilnahme eingeladen sind. Auf dem **Kaiserplatz** und dem **Marktplatz** gibt es **zwei Bühnen**, auf denen unter anderem am Samstag der **Neu-Deutsche-Welle-Star Markus** mit anderen Mitstreitern dieser Ära auftritt. Am **Sonntag** ist eine vierstündige Show der Band „**ABBA review**“ sowie Auftritte weiterer **Tribute-Bands** geplant. Auf der **Friedrichstraße** gibt es die **Sportmeile der Halle 22** sowie Darbietungen örtlicher **Sportvereine**. Sportlich geht es auch in der **Kids-Area** zu, ergänzt durch **Schminken, Hüpfburg, Soccercage oder Bogenschießen**. Auf der **Vereinsmeile** präsentieren sich der **ASV, die Feuerwehr, die Altenhilfe, Sport und Musikvereine** und **Pfadfinder**. **Peter-, Kreuz- und Bahnstraße** werden von Ständen gesäumt, unter anderem mit **Kunsthandwerk, Manufaktur-Produkten,**

City Live Impressionen

Mode und Accessoires. Imbiss- und Getränkestände runden das Angebot ab. Die **Hülsdonkstraße** wird als **Weindorf** gestaltet. Am **Sonntag** sind alle **Schützen** zu einem **großen Frühstück** eingeladen; außerdem werden **Dutzende Oldtimer** unterwegs sein, die sich schließlich auf dem **REWE-Parkplatz** treffen. An allen Tagen sendet **Welle Niederrhein** als Medienpartner live vom Stadtfest, außerdem veranstaltet der Sender ein **Stadtquiz**. Für eine **große Modenschau** werden noch **Geschäfte aus ganz Willich** gesucht. Übrigens: Der **Werbering Willich** freut sich noch über **Sponsoren und Unterstützer aus der Willicher Firmenwelt**.

■ Die Vorbereitungen zum **MeinFest** der **Schiefbahner Werbegemeinschaft** laufen auf Hochtouren. Am

Sonntag, 11. Juni, wird die **Schiefbahner City** von 11 bis 18 Uhr zur **Festmeile** mit **Live-Musik, Angeboten für Essen und Trinken** und besonderen **Attraktionen**. Dazu gehört zum Beispiel das **Stelzen-theater „Circolo“**, das seine Stelzenläufer als **Walking Acts** unter dem Motto **„Ringelschlingel“** durch die Straßen schickt. Ebenfalls als **Walking Act** unterwegs ist



MeinFest 2022 / Foto: Privat



Ringelschlingel / Foto: Privat

„**Joshville**“, der **moderne Country-Musik und Schlager** spielt; Sponsor für den Act ist **Cichon Personalmanagement**. Ein **Blickfang** werden sicherlich wieder die **Shirts** werden, die vom **Airbrush-Künstler „Doktor Brushness“** gestaltet werden. Der **Clown Wolfelino**, gesponsert von **Falk Immobilien**, ist wieder mit dabei, die **Halle 22** stellt sich vor, und die **Trampolinabteilung des DJK-VfL Willich** zeigt ihr Können. **Tommy's Tanzstudio** gestaltet das **Bühnenprogramm** ebenso mit wie **Schulgruppen** mit ihren Darbietungen. Ein **Highlight** ist

wieder die **Kinderrallye**: **Rund 50 kostenlose Aktionen** warten auf die kleinen Besucher, die zum Teil von **Busreisen Brings, Tölke & Fischer**, der Firma **Klartext** und den **Stadtwerken** gesponsert werden. „Es ist mehr als erfreulich, dass alle Teilnehmer des vergangenen Jahres ihre Teilnahme oder Unterstützung zugesagt haben und wir wieder einen tollen Tag für unsere kleinen und großen Bürger auf die Beine stellen können“, freut sich **Rainer Höppner**, Vorsitzender der **Schiefbahner Werbegemeinschaft**. Besonders am Herzen liegt ihm die geplante **Spendenaktion** für das Projekt **„Demenzfreundliches Schiefbahn“** vom **Hubertusstift**: „Ein wichtiges Projekt, das wir gerne unterstützen.“ Dazu gibt es **Infostände**, und ebenfalls stellt sich die **Aktion „Willicher Zeitbörse: Zeit wünschen - Zeit schenken“** der **Seniorenstelle der Stadt Willich** vor: Dabei geht es um die Einrichtung eines **ehrenamtlichen Besuchs- und Begleitdienstes**, der unter anderem **regelmäßige Besuche, Gespräche oder Spaziergänge** beinhaltet.

Wieder Kinderrallye beim Schiefbahner MeinFest

MeinFest
11. Juni 2023, in Schiefbahn
Beginn: 11 Uhr verkaufsoffen von 13 - 18 Uhr

- Musik
- Walk-Acts
- Automeile
- Kinderrallye
- Bühnenprogramm
- kostenlose Kinderaktionen

Gemeinsam für ein Demenzfreundliches Schiefbahn

Schiefbahner Werbegemeinschaft e.V.

Brings Reisen, Klartext, Gerke, Tölke & Fischer, WZ, Cichon Personalmanagement, Halle 22, DJK VfL Willich, Hubertusstift, Rutwies, Schiefbahner Werbegemeinschaft

www.komagucken.de

BIT 2023

06.09.2023

KEINEN NACHWUCHS GEFUNDEN?

WIR GEBEN IHNEN DIE MÖGLICHKEIT,
SICH UND IHR UNTERNEHMEN VORZUSTELLEN!



MEHR INFOS AUF:
BIT-WILLICH.DE



WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG
STADT WILLICH

WIR ist DIE Plattform für Willicher Unternehmer

Informationen, Termine, Treffen, Portraits, Netzwerk - Wirtschaftsförderung und Stadtverwaltung bieten im Magazin WIR einen Rundum-Service für alle Unternehmer in der Stadt Willich

Ihre Ansprechpartner bei der Stadt Willich sind:



Christian Pakusch
Bürgermeister
02156 / 949-164
christian.pakusch@stadt-willich.de
v.i.s.d.P.



Birgit von Billerbeck
Wirtschaftsförderung
02156 / 949-386
birgit.vonbillerbeck@stadt-willich.de



Marc-Thorben Bühring
Stadtmanagement
02156 / 949-337
marc-thorben.buehring@stadt-willich.de



Christian Hennen
Wirtschaftsförderung,
Gewerbegebiete
und Neuan siedlung
02156 / 949-281
christian.hennen@stadt-willich.de



Oliver Zentgraf
Wirtschaftsförderung
02156 / 949-147
oliver.zentgraf@stadt-willich.de



Ihre Ansprechpartner beim WIR-Magazin:

Birgit Fliege
Redaktion B-text
02154 / 60 57 02
birgit.fliege@b-text.de



Silke Beckers
Wirtschaftsförderung
02156 / 949-283
silke.beckers@stadt-willich.de



Michael Pluschke
Pressesprecher der Stadt Willich
02156 / 949-165
michael.pluschke@stadt-willich.de



Thomas Luckau
LWS Werbung GmbH
Anzeigen / Grafik / Produktion
02131 / 60 57 57
wir-magazin@lws-werbung.de

Impressum

Herausgeber: Wirtschaftsförderung der Stadt Willich, Gewerbepark
Stahlwerk Becker, Gründerzentrum, Gießerallee 19, 47877 Willich.
V.i.S.d.P.: Christian Pakusch.

Ansprechpartner: Christian Hennen, Tel. 02156 / 949-281

Pressestelle der Stadt Willich, Michael Pluschke, Tel. 02156 / 949-165



Redaktion: B-text / Birgit Fliege,
info@b-text.de, Tel. 02154 / 60 57 02
Verlagsanschrift: Nelly-Sachs-Weg 1,
47877 Willich, www.wir-willich.de



Anzeigen / Layout / Produktion:
Thomas Luckau / LWS Werbung GmbH
E-Mail: thomas.luckau@wir-willich.de
Bruchweg 100, 41564 Kaarst, Tel. 02131 / 60 57 57,
www.lws-werbung.de
Büro Willich: Nelly-Sachs-Weg 1, 47877 Willich

Fotos: Pressestelle der Stadt Willich/M. Pluschke oder LWS/WIR,
wenn nicht anders bezeichnet.

Titelmotiv: Pixabay / WIR

Druck: LWS Werbung GmbH, www.lws-werbung.de

Konfektionierung + Versand: mails and more Service für
Dialogmarketing GmbH, www.mailsandmore-dialog.de

Erscheinungsweise: Vierteljährlich: März, Juni, September, Dezember,
jeweils für das folgende Quartal.

Kostenlose Verteilung per Einzel-Direktversand an die Entscheider
in den Willicher Unternehmen und Gewerbebetrieben sowie Auslage.

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Zustimmung!



Full-Service-Agentur
für Werbung, Grafik,
Webdesign

LWS Werbung GmbH
Thomas Luckau
Bruchweg 100
41564 Kaarst
Tel. 02131 / 605757
Büro Willich:
Nelly-Sachs-Weg 1
47877 Willich
info@lws-werbung.de
www.lws-werbung.de



Wie werden wir erfolgreich nachhaltig und nachhaltig erfolgreich?

Gemeinsam finden wir die Antworten für morgen.

Als größter Mittelstandsfinanzierer Deutschlands*
helfen wir Ihnen, aus den großen Herausforderungen
der Zukunft noch größere Chancen für Ihr Unter-
nehmen zu machen. Lassen Sie sich beraten.
[sparkasse.de/unternehmen](https://www.sparkasse.de/unternehmen)

*Bezogen auf die Sparkassen-Finanzgruppe.



Weil's um mehr als Geld geht.



Sparkasse
Krefeld