

528

Das HOCH5 Wirtschaftsmagazin

35

ABGEFÜLLT

50.000 Liter Bier
pro Stunde

ABGESCHIRMT

Outdoorstimmung hinter
großen Glaswänden

ABGEFAHREN

Gefahrenstoffe einsammeln, reinigen
und in Kläranlage einleiten

DEIN PERSÖNLICHER

WEB WOW KASTEN

**EIN FESTPREIS.
KEIN KLEINGEDRUCKTES.**

**GIBT'S NICHT? GIBT'S DOCH:
[HOCH5.COM/WEBWOWKASTEN](https://hoch5.com/webwowkasten)**



HOCH5

13 Jahre ist es her,

da waren wir uns sicher, in das Heft gehört ein Loch. So groß wie ein 5-Mark-Stück, gebohrt, nicht gestanzt, damit man beim Thema „Durchblick“ wirklich komplett durch das Heft blicken und gleichzeitig problemlos umblättern könnte. Wir suchten. Und suchten.

Am Ende wurden wir in Wuppertal fündig und hielten ein paar Tage später die allererste Ausgabe unseres 52 8 Magazins – mit Loch – in den Händen.

Damals wie gestern lief dieses Magazin in Kooperation mit der IWKH, der Wirtschaftsinitiative Herford, die eben nicht kommunal, sondern als Verein organisiert und damit freigeistiger, ungebundener unterwegs ist.

Heute aber schwimmen wir noch ein wenig freier, haben wir uns dazu entschieden, deutlich weiter in Richtung Horizont, über den regional gesetzten Tellerrand zu schauen.

Soll heißen: Das hier ist jetzt komplett unser Wirtschaftsmagazin – was es ja eigentlich immer schon war. Nun fehlt die Anzeige der IWKH und damit die wirtschaftlich überschaubare Unterstützung, nun erweitern wir unser Verbreitungsgebiet und geben uns folgerichtig einen neuen Namen: Aus 52 8 – einer Hommage an die Koordinaten des Kreises Herford – wird 52 8+. Wir denken also weiter, größer. Haben unser Magazin ordentlich entrümpelt, geben mehr Tipps, nehmen dich mit auf Dienstreise, besuchen jetzt Unternehmer immer öfter fernab der Kreisgrenzen.

Nach 13 Jahren?
War das ja auch dringend notwendig.
Wir freuen uns drauf.
Und wünschen viel Freude beim Entdecken.

Das Heft

O'ZAPFT IST

Eine neue Anlage. Die mehr schafft.
Und weniger verbraucht.

06



14

EINGEKauft

Sich mal was Richtiges gönnen? Was Schönes?
Zeitloses? Bitteschön: Unsere Top-Tipps.

40

ABGEWORBEN

Wo finde ich eigentlich den passenden Azubi?
Was muss ich bieten, was kann ich erwarten, wie
begeistere erst ich, dann er mich? Eine weiß die Antwort.

INSIDE OUT

Wäre es nicht schön, man säße draußen und würde
nicht nass? Es wäre im Winter nicht kalt und im
Sommer auch mal schattig? Gibts. Hier.

46

16

SAUBER, SAUBER

Überall fallen irgendwelche Rückstände an,
die niemand behalten und eigentlich auch
niemand haben will. Obwohl...

24

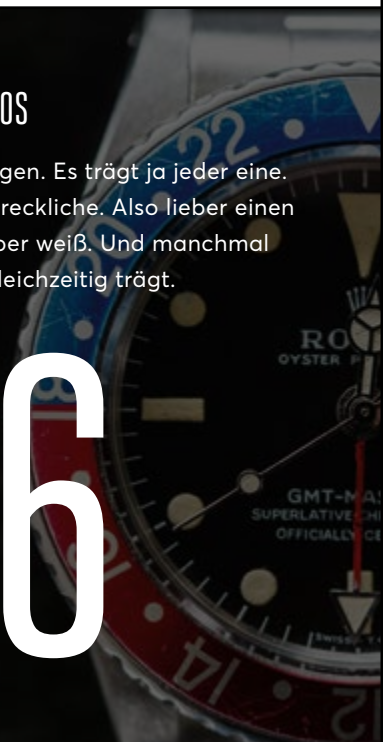
AUSGEZEICHNET

Wie schafft man es, als vermeintlich Kleiner
ganz groß aufzutumpfen? Mit Liebe. Zum Detail.

ZEITLOS

Zu Uhren? Kann jeder was sagen. Es trägt ja jeder eine.
Nur meist eben eine ganz schreckliche. Also lieber einen
Fragen, der viel mehr darüber weiß. Und manchmal
auch zwei Uhren gleichzeitig trägt.

56



GOLDENER BODEN

Erst hat niemand einen Handwerker gefunden – jetzt suchen
Handwerker nach jemandem, dem sie helfen können.
Dabei? Hilft ihnen vor allem ihre Geschäftsführerin.

28



32

BEST-OF

Machen die eigentlich nur Magazine bei HOCH5?
Natürlich. Nicht. Sondern viel mehr andere, schöne Dinge.



GRÜNER ZEH

Eine PV-Anlage installieren lassen? Einfach. Den unter-
nehmerischen Fußabdruck bestimmen? Geht auch.
Aber ihn reduzieren? Ist gar nicht so einfach.

64

68

VORSCHAU / IMPRESSUM

Wer sich all das hier ausdenkt? Wir.
Wer wir sind? Guck einfach nach.

FRISCH GEZAPFT

Bei Herforder Pils ist schon Frühling.
Der Beachhandwagen steht bereit,
die Sonnenschirme sind aufgespannt,
Bockbier drängelt sich in den
orangefarbenen Kisten.





Dabei ist es gerade mal Mitte Februar. Aber die Maibock-Saison beginnt hier eben kurz nach Weihnachten, Anfang September wird schon das Weihnachtsbier in die Regale geräumt – der Kalender in der Bierbranche ist einfach ein anderer als der klassische. Also ist der Eingangsbereich beim heimischen Brauer schon mal sommerlich in Position gebracht – wenn es nach ihm geht, können Sonne, Wärme und Bierdurst so langsam starten.

Wer zum ersten Mal das Gebäude der Herforder Brauerei betritt, das sich hinter der Herforder Wirtschaft wegduckt, bei dem der Pförtner durch ein winziges Loch in der Glasscheibe freundlich lächelt, der weiß nicht so recht: Ist das alles hier jetzt sehr in die Jahre gekommen oder gerade auf dem Sprung hin in die Zukunft? Wahrscheinlich ist es ein Mix aus beidem, sagen Frank Rottmann und Peter Lohmeyer, als wir uns in die schweren Ledersessel an dem großen Konferenztisch fallen lassen, an dem es wohl schon um alles ging. Um echte Höhen und ebensolche Tiefen. Jetzt aber: Auftrieb, nach vorne schauen, optimistisch sein. Und bleiben.

Nicht ohne Stolz erzählen die beiden – Frank Rottmann ist der Technische Direktor, Peter Lohmeyer für Marketing und PR zuständig –, dass die Haus Cramer Gruppe, der sie ja als Unternehmen, als Teil der Gruppe seit 2007 angehören, als eine der wenigen der Branche positive Absatzzahlen zum Vorjahr erzielt hat. Welchen Anteil Herforder Pils daran hat? Wird natürlich nicht verraten. Überhaupt sind Zahlen eher rar, wenn man sich mit den beiden unterhält. Nur eine steht im Mittelpunkt: 20 Millionen. So viele Euros investiert die Zentrale aus dem Sauerland in das Unternehmen in Herford, damit eine nagelneue Abfüllanlage 50.000 Flaschen die Stunde abfüllt. Deshalb liegen rund um den Eingang auf XXL-Paletten riesige Bauteile, die mit Zahlencodes gekennzeichnet sind und von Gabelstapler und Kran an die richtige Position des riesigen Maschinenbaupuzzles gesetzt werden. Jeden Tag verbauen sie hier neue Puzzleteile, jeden Tag werden neue angeliefert. Mal rollt direkt ein Autokran vor, um Schwergewichtiges durch das geöffnete Gebäude zu hieven, dann wieder erledigen die wendigen Stapler die Kleinarbeit. All das: Faszinierend zu sehen, sagt Frank Rottmann. Als Techniker begeistere ihn, wie alles ineinandergreife,





IMMER 52 8+.

Alle 52 8+-Ausgaben – und Artikel aus vielen weiteren HOCH5-Magazinen – findest du ab sofort online. Egal wann, egal wo. In unserem Blog.



IMMER 24/7:
hoch5.com/blog



Hat die Technik in Blick und Griff: Frank Rottmann, Technischer Direktor.

auch die Vorstellung, dass die Maschine beim Hersteller bereits gelaufen, alles in der Praxis bereits geprüft worden sei. Und doch: Ob im Sommer, der Start ist auf den Tag genau fixiert, alles auf Anhieb läuft? Hoffen wir mal. Sagt Rottmann. Und genauso ist es auch gemeint: Als Hoffnung auf die Zukunft, auf eine neue Ära, die mit der neuen Maschine beginnt.

Wer sich die nüchternen Zahlen anschaut, wird, bleiben wir im Brauereisprech, erst einmal ernüchtert. Denn auch die alte Maschine, die während der Bauphase der neuen verlässlich weiterläuft, hat eine ähnliche Nennleistung. Aber, sagt Frank Rottmann, so viel sage die Zahl gar nicht aus. Viel wichtiger sei, welche Flaschen denn überhaupt befüllt werden könnten. Und da sei die neue Anlage klar im Vorteil, weit voraus und vor allem: sehr viel flexibler. So flexibel sogar, dass nicht nur Herforder

Pils durch ihre Leitungen fließen wird. Sondern mindestens auch das Bier anderer Gruppenmitglieder. Wir werden ein wenig zum Lohnabfüller. Sagt dann auch Marketingleiter Peter Lohmeyer und rudert gleich wieder ein bisschen zurück. Natürlich nur zu Zeiten, in denen die Maschine mal nicht ausgelastet sei, sie dennoch weiterlaufen solle. Er reicht dann gerne die ins CI-Orange getauchte Imagebroschüre rüber. In ihr natürlich auch zu finden: Die Steinie-Flasche, dieser knubbelige Hand-schmeichler, der ein Herforder erst nach Meinung vieler zu einem echten Herforder mache. Früher trug man sie zehnfach im Papp-Container aus der Tankstelle, heute ist sie längst das, was viele anstreben und wenige erreichen: Kult.

Natürlich gibt es auch bei der Herforder Brauerei Bier in allen Facetten, als Export und Landbier, Bock, Pils und Festbier. Jede Bier-Welle aber reiten



Der Mann für die Werbung: Peter Lohmeyer leitet Marketing und PR.



sie hier nicht. Das sollen mal die anderen machen. Und könne der Branche, dem Bierkonsum, ja eigentlich nur guttun, sind sich die beiden einig. Wenn Craftbier-Manufakturen plötzlich an jeder Ecke aufploppen, wenn in Garagen privat gebraut wird, wenn die Branchenriesen versuchen, mit immer wilderen Mixbieren Neukunden zu gewinnen, dann Sorge das vor allem für eins: Den Fokus auf das Bier. Und den kann die Branche gut gebrauchen, nach einer Zeit, in der Bier eher als Getränk für den galt, der im Unterhemd mit dem Handrücken seinen Schweiß auf der Baustelle von der Stirn wegwischte und zur braunen Flasche griff.

Heute ist Bier wieder en vogue, die Pro-Kopf-Zahlen fallen zumindest nicht mehr, die Branche atmet nach der Durstperiode in der Pandemie wieder auf. Darauf angesprochen, erinnern sich beide erst sehr gut, dann doch lieber ungern zurück. Wir waren – und sind es heute wieder – damals sehr stolz darauf, so stark vertreten zu sein in der Gastronomie. Nur war das in Zeiten geschlossener Kneipen und Restaurants natürlich fatal. Sagt Peter Lohmeyer und schaut lieber nach vorn. Dahin, wo sich gerade die jüngere Generation breit macht im Unternehmen. Wo nicht mal 30 Jahre alte Kollegen Verantwortung und Leitungsfunktionen übernehmen. Es klingt ein wenig wie im Fußball. Das Team sei sehr gut aufgestellt, alles greife gut ineinander, die Neuen seien sehr gut integriert, das Spiel könne kommen.

Bis dahin, bis die Sonne rauskommt, die Käufer wieder vermehrt zum orangenen Bierkasten greifen, auf dem Balkon, im Garten, im Park die Kronkorken hochgehobelt werden, dauert es noch ein bisschen. Also schauen sie fasziniert auf ihre Baustelle, auf die Anlage, deren Aufstellung in drei Abschnitte aufgeteilt ist. Teil eins wird gerade montiert, die Teile zwei und drei schließen sich an, wenn die ersten Flaschen über die neuen Förderbänder flitzen und die alte Maschine Stück für Stück abgebaut wird. Das Wort fließender Übergang bekommt hier eine ganz neue, ursprüngliche Bedeutung.

Wenn das eine komplett steht, das andere komplett abmontiert ist, dann könnten neue Kreationen in die Flaschen fließen. Auch da sei man dran. Und werde dennoch nicht zu einer Brauerei, die sich selbst ob all der Neuerscheinungen überrasche. Der letzte echte Coup? Sei das Landbier naturtrüb gewesen. Das immerhin schon 2011 zum ersten Mal gebraut wurde. Tradition wird hier tatsächlich großgeschrieben, Hektik ist ein Fremdwort. Deutlich wichtiger als Schnellschüsse sei, dass man sich auf den Stammsitz in Warstein verlassen könne. Der bei den großen Entscheidungen genau hier mit an dem großen Tisch sitzt. Und sie sonst machen, das sein lässt, was sie immer schon waren: Eine regionale, traditionsreiche Bierbrauerei. Die auf den Sommer, den Durst wartet. Jetzt im Februar. Und weiß der kommt. Ganz sicher. ●



EINKAUFEN, UM ABZUTAUCHEN

Natürlich kannst du dir deinen nächsten Firmenwagen zum x-ten Mal zusammenkonfigurieren und deprimiert feststellen, dass in deiner Firma keine Achtzylinder mehr en vogue sind. Du kannst auch überlegen, deine auf Firmenkosten zusammengefliegenen Meilen für den nächsten Südseeurlaub zu nutzen. Oder du machst mal etwas ganz anderes. Tauchst ab, löschst die Instagram-App, sagst dem Kollegen aus der IT, dass er nur noch einmal am Tag deine Mails auf dich loslässt. Wenn überhaupt. Und bist dann mal weg. So richtig. Was du dazu brauchst? Findest du hier.

LASTENESEL

Hier geht es nicht um das letzte Gramm, das du an der Schaltung sparst und hundertfach auf den Hüften hängen hast. Es geht nicht um cW-Wert und Rollwiderstand, sondern um dein Gefährt, um die Welt zu umrunden. Nordkap geht auch, ist aber langweilig dort oben und eintönig dorthin zu fahren. Die Sahara wäre eine Option, wir empfehlen aber einfach die Niederlande, eine Platin-Kreditkarte, gute Beine und das Wissen: Wenn ich auf dem Rad – dem Wilier Adlar – sitze, kann ich mein Handy nicht in die Hand nehmen. Das hier ist der perfekte Alltags-Exit auf zwei Rädern.



DOPPELTER DURCHBLICK

Wer sich mit dem Gedanken herumträgt, in eine neue Radfahr-/Outdoorbrille zu investieren, der findet meist so spacige Modelle, die eher auf eine Raveparty gehören, als zum Etappenziel im Biergarten beim Edel-Italiener taugen. Löbliche Ausnahme: die neue Radbrille des britischen Bekleidungs-Spezialisten Rapha. Das Modell Dalton erinnert eher an eine Schweißbrille, verfügt aber dennoch über neueste Technik und sogar ein Band, das auch beim verrücktesten Ortseingangsschild-Sprint dafür sorgt, dass sich die Brille nicht von der Nase in Richtung Asphalt verabschiedet. Auch gelungen: Das Prinzip, dass sich die Gläser je nach Sonnenschein tauschen lassen. Der Radelssommer kann also kommen. Und auch im schmutzigen Winter – noch Lichtjahre entfernt – taugt sie für die ausgedehnte MTB-Tour.



GLOBUS AM HANDGELENK

Gute 90% der Menschheit dürften mittlerweile eine Apple Watch am Handgelenk tragen. Der Rest fragt sich, ob er direkt eine Rolex bestellt oder sich zeitlos wohlfühlt. Es geht aber auch anders. Und vor allem: in die richtige Richtung. Denn mit der funkelneuen POLAR Grit X2 Pro lässt sich jeder Komoot-Wanderweg auf die Uhr spielen. Ein großes Farbdisplay leitet dann den Weg ins digitale Nichts und das Wunderbare daran ist vor allem: Die Uhr lässt sich mit dem Smartphone verbinden und zeigt dann alle Nachrichten direkt an. Oder eben auch nicht. Und ist dann wunderbar still und bietet nur das, was eine Outdoor-Uhr tun soll: robust sein und den Weg anzeigen. Ein Freund also. Direkt am Handgelenk.



DAUNENDECKE FÜR DIE WESTENTASCHE

Es schwingt schon ein wenig das schlechte Gewissen mit, wenn man sich eine neue Daunen-Outdoorjacke zulegt, die nun endlich in der Lieblingsfarbe herausgekommen ist – auch wenn man das Modell schon mehrfach im Schrank hängen hat. Für die beste Zeit auf dem Rad ist sie aber eh meist zu sperrig im Transport und zu warm, um sie den ganzen Tag über zu tragen. Mit der neuen Jacke vom Radfahr-Spezialisten Specialized ist das ganz anders. Sie lässt sich wirklich zu einem so winzigen Knäuel zusammenfalten, dass sie in der Trikottasche verschwindet und abends, kurz vorm InsZeltKriechen, wieder herausgeholt werden kann. Auch sie: ein echter Freund. Der da ist, wenn du ihn brauchst.



AUFTAUCHEN IN KOPENHAGEN

Ein Ferienhaus in unserem nördlichen Nachbarland zu kaufen, ist nahezu unmöglich. Wer nicht seit 25 Jahren hierherreist, fließend Dänisch spricht und mindestens drei unehelich hier gezeugte Kinder vorzuweisen hat, fällt garantiert durch. Was aber geht: Ein Hausboot direkt im Hafen von Kopenhagen kaufen. Gut, bei der Finanzierung helfen dänische Banken Deutschen nicht weiter, aber dann muss das Geld eben bar auf den Tisch und der Liegeplatz mit reinverhandelt werden. Dann aber steht dem exklusiven Zweitwohnsitz in Europas schönster Hauptstadt nichts entgegen.





Moderner Fuhrpark: Auch der Beruf des Kraftfahrers lässt sich bei REMONDIS erlernen.

SAUBERE SACHE

Welche Ausbildungsberufe in der Umweltbranche bei REMONDIS angeboten werden ▶

Wenn man sich mit Carsten Friedrich über das Thema Karriere bei REMONDIS unterhält, ist es erst einmal etwas still. Weil Carsten Friedrich ein eher zurückhaltender Mensch ist, keiner, der direkt auf sich zeigt und sagt: Also, wenn jemand ein gutes Beispiel für Karriere-chancen ist, dann jawohl wir.

**Wobei – eigentlich hätte er
allen Grund dazu.**

Anfangen hat er als Chemielaborant, ist dann in den Vertrieb gewechselt, hat später im Spezialvertrieb gearbeitet und leitet heute, viele Jahre später bei REMONDIS Industrie Service den Standort in Melle. Wundern? Tun sich darüber hier nur wenige. Denn wer hier seinen Weg geht, wer begreift, dass Abfallwirtschaft wenig mit Abfall, dafür sehr viel mit Wirtschaft, Nachhaltigkeit und Umweltschutz zu tun hat, dem stehen in diesem Riesenunternehmen mit insgesamt mehr als 40.000 Mitarbeitenden viele Türen offen.

Hier in Melle ist natürlich alles kleiner, fast schon familiär. 46 Kolleginnen und Kollegen kümmern sich hier darum, dass die Unternehmen in einem gut 150 Kilometer großen Zirkelschlag rundherum nicht auf all dem sitzen bleiben, was beim Produzieren entstanden ist und nun fachgerecht entsorgt werden will. Und muss. Die gesetzlichen Vorgaben steigen immer mehr und häufiger, die Summe der Stoffe, die mal angeliefert, meist aber von REMONDIS direkt abgeholt werden, schießt in die Höhe und geht in die Breite. Corona? Hat hier niemanden gejuckt. Zukunftsängste? Plagen hier niemanden. Sicher, die Energiekrise schlägt auch hier durch, aber das, was sie hier machen, ist alternativ- und häufig auch konkurrenzlos.

Wer zum ersten Mal nach Melle zum REMONDIS-Standort fährt, schaut ungläubig auf die Karte des Navigationsgerätes. Liegt das Ziel wirklich in einem Mischgebiet, umgeben von Wohnhäusern in Steinwurfnähe? Historisch gewachsen nennt Carsten Friedrich die geografische Situation, jetzt dadurch nicht mehr zu ändern, es gelte, sich zu arrangieren. Und das klappt erstaunlich gut. Der Besucher erwartet zumindest einen gewissen Geruch in der Luft. Und riecht: Nichts. Weil die Technik längst so weit fortgeschritten ist, dass in Tanklastzügen angeliefert wird, was direkt in den großen Tanks verschwindet. Mal wurde eben noch bei einer Tankstelle abgesaugt, dann ein Industriebetrieb angefahren, ein Bauhof angesteuert. Eigentlich gibt es kaum einen Industriezweig, der unsere Dienste nicht braucht. Sagt dann auch Carsten Friedrich, fängt an, die unterschiedlichen Sparten aufzuzählen und winkt dann direkt wieder ab. Es sind zu viele. ▶



GEBRAUCHTWAGEN TOP-ANGEBOTE DER WOCHE



MINI Cooper S Cabrio
Komfortzugang | Automatik | Navigation
131 kW / 178 PS, 04/2023. 25.989 km
€ 29.303,00



BMW 330e Limousine
Sportline | Head-Up | Laserlicht
215 kW / 292 PS, 07/2022. 39.799 km
€ 33.603,00



BMW X2 xDrive20d
Head-Up | Navigation Plus | M-Sport Paket
140kW / 190 PS, 02/2023. 21.660 km
€ 39.703,00



BMW 320d Touring
Facelift | LED-Scheinwerfer | Live Cockpit
140 kW / 190 PS, 03/2023. 26.309 km
€ 40.903,00



BMW 330e xDrive Touring
M-Sport-Paket | Komfortzugang | AHK
215 kW / 292 PS, 06/2023. 28.907 km
€ 45.703,00



BMW 420d xDrive Gran Coupé
M-Sport Paket | Kamera | LED-Scheinwerfer
140 kW / 190 PS, 06/2023. 20.069 km
€ 47.903,00



BMW X4 xDrive20d
M-Sport-Paket | Laserlicht | Head-Up
140 kW / 190 PS, 04/2023. 25.066 km
€ 53.893,00



BMW iX xDrive50
Livecockpit Plus | Komfortzugang | Wireless Charging
385 kW / 523 PS, 12/2022. 1.001 km
€ 88.804,00



BMW X7 xDrive40d
Facelift | M-Sport-Paket | Gestiksteuerung
250 kW / 352 PS, 01/2023. 11.946 km
€ 99.903,00



BMW X3 xDrive30e
M-Sport-Paket | Head-Up | LED-Scheinwerfer
215 kW / 292PS, 10/2020. 33.742 km
€ 41.403,00

autohaus
Becker-Tiemann

Autohaus Becker-Tiemann GmbH & Co. KG
Tel. 05223 - 9262-0
Wasserbreite 88-94 | 32257 Bünde

Was mit alledem passiert, was in Melle angefahren wird, lässt sich sehr kompliziert erklären. Oder ganz einfach: Durch unterschiedliche Techniken, durch den Einsatz von Chemie, von Bakterien, mechanisch und höchst kompliziert wird aus den häufig giftigen Stoffen etwas, was bedenkenlos in

Richtung Kläranlage geschickt werden kann. Dass das wirklich so ist, liegt nicht nur den Anwohnern, sondern vor allem der Stadt Melle sehr am Herzen. Deshalb kommt jeden, wirklich jeden Tag ein Mitarbeiter vorbei, zieht Proben und nimmt zur Analyse mit, was auf Herz und Nieren überprüft wird.

Erst wenn es grünes Licht gibt, rauscht Flüssiges

in Richtung Kläranlage – und damit zurück in

den Kreislauf, in den es dann auch gehört. ▶





Business Days TAGUNGEN & FIRMENEVENTS



Alle unsere Konferenz- und Eventräume können nach Ihren Wünschen individuell gestaltet werden und bieten bei moderner Einrichtung und Tageslicht viel Platz.

- 📄 Flipchart
- 🖼️ Leinwand
- 📖 Stellwand
- 🌡️ Klimaanlage
- 🗑️ Moderatorenkoffer
- 📶 WiFi



- Klimatisierung
- Räume verdunkelbar
- Große Außenterrasse
- Moderne Technik
- Barrierefrei

Wir bieten verschiedene Konferenzpauschalen an.

Rufen Sie uns an, wir beraten Sie gerne.
05221 99 44 99-0

Brunch-Buffer

Jeden 1. Sonntag im Monat

Dinner-Buffer

Donnerstags von 18 bis 21 Uhr

Familienfeste aller Art

Tagungen & Firmenevents

HOTEL FREIHOF ****

Herforder Straße 118
D-32120 Hiddenhausen
☎ +49 (0) 5221 99 44 99-0
information@hotel-freihof.de
www.hotel-freihof.de

CHRISTOPH RODERMUND

Ihr Moderator & Markenbotschafter

Moderator

Für Galas, Veranstaltungen, Präsentationen, Messen, Podiumsdiskussionen, Charity, Sponsoren-Events, Werbefilmproduktionen. Meine fast 30-jährige Bühnenerfahrung garantiert verlässliche Souveränität und frischen Wind „live on stage“ – ich stehe für Unterhaltung und Information – es kommt niemals Langeweile auf! Positive Ausstrahlung gibt es „on top“! Übrigens: auch in Englisch und Französisch.

Talkshow-Produzent

Ich biete Ihnen unterschiedliche Formate, um Ihr Anliegen und Ihre News medienwirksam zu veröffentlichen. „Live dabei“ und „Ostwestfälisches Bettgeflüster“ sind bestehende Formate, wenn Sie ein eigenes Format benötigen – sprechen Sie mich einfach an. Übrigens: TV-Studio, Kamerteams, Ton, Schnitt etc. gehört zu meinem Service dazu! Meine Partner sind absolute Profis!



Markenbotschafter

Mehr Aufmerksamkeit für Ihr Unternehmen – das garantiere ich! Sie benötigen mehr Bekanntheitsgrad und profitieren Sie von meinen Followern! Als Markenbotschafter „DocEmba“ stehe ich in zahlreichen Produktvideos vor der Kamera. So kann ich nach Ihren ganz individuellen Anforderungen auch Ihr Unternehmen repräsentieren.

CR-Events

Schulstraße 91 • D – 32120 Hiddenhausen

M +49 (0)160 97078358

E christoph.rodermund@berlin.de

www.christoph-rodermund.de

hoch5.com



Carsten Friedrich weiß auch, dass es damals, als REMONDIS hier noch nicht zu Hause war, nicht immer so war, die Ampel auch mal auf Rot schaltete. Aber das sind Geschichten von früher, aus einer anderen Zeit, vor allem aus einer anderen Verantwortung. Heute arbeite man gut zusammen, Kontrolle sei in jedermanns Sinne, auch wenn bei REMONDIS natürlich täglich geprüft wird. In eigenen Laboren werden Proben analysiert, wird jeder Tanklastzug unter die Lupe genommen, ehe er abladen, abfließen lassen darf.

Im Jahr 2022 sind hier so
insgesamt 46.000 Tonnen
angelandet und vorgereinigt
worden, 2024 werden es
aller Voraussicht nach nicht
weniger sein.



Dafür wächst der moderne Fuhrpark stetig, braucht es Kollegen – und immer häufiger auch Kolleginnen –, die sich auf den Bock schwingen, die schweren Schläuche anschließen wollen.

All das: keine Frage des Geschlechts,
ist sich der Standortleiter sicher.

Und hat mehrere Beispiele wie als Beweis parat. Es gibt auch Frauen, die genau das suchen. Das An-, das Zupacken. Tendenz: Steigend. Die mit ihren Tanklastzügen die A1 bis fast hoch zur Küste fahren, um das abzuholen, was hier verarbeitet, wenn man so will entgiftet wird. Sechs Azubis lassen sich hier gerade in unterschiedlichen Berufen ausbilden, schauen nicht nur über die Schulter, sondern sind direkt mittendrin.

Ausgebildet werden sie natürlich, um zu bleiben. Und Carsten Friedrich meint damit auch: Es muss danach nicht bei uns hier in Melle weitergehen. Eigentlich überall in Deutschland gibt es weitere REMONDIS-Standorte. Mal die riesige Zentrale, dann Spezialeinheiten, die spannendste Aufgaben bereithalten – und eben auch immer die Möglichkeit bieten, aufzusteigen, Karriere zu machen. Umweltschutz, Nachhaltigkeit, das sind heute Begriffe, die moderner nicht sein könnten. Wenn du sie mit Leben füllst, sie von der Pike auf lernen willst, dann bist du hier richtig. Und eher nebenher erzählt Friedrich dann auch, dass er mittlerweile schon seit 30 Jahren bei REMONDIS arbeitet – ohne jemals den Wunsch verspürt zu haben, zu gehen, zu wechseln. Das sei ja irgendwie auch ganz gute Werbung für den Job, die Chancen, das Unternehmen. Sagt Carsten Friedrich, ganz ohne wirklich Werbung machen zu wollen. ●



AUSGEZEICHNET!

ELEKTROTECHNIK BECKEMEYER ERHÄLT MARKENPREIS ELMAR

24
52 8+ • N°35

Das gute Stück liegt schwer in der Hand, wenn man es von seinem beleuchteten Podest nimmt. „Das Gewicht soll die Wertigkeit, aber auch die handwerkliche Dimension widerspiegeln“, sagt Philipp Budde, der beim Kirchlengeraner Unternehmen Elektrotechnik Beckemeyer gemeinsam mit Jörg Beckemeyer die Geschäfte führt und sich nun über eine besondere Unternehmensauszeichnung freuen kann. Mit dem Markenpreis ELMAR 2023, der jährlich von den „Elektromarken. Starke Partner.“ für herausragendes Markenbewusstsein vergeben wird, wurde Elektrotechnik Beckemeyer nun ausgezeichnet.

„We've got the Power“ heißt es seit kurzem bei Elektro Beckemeyer. Zu seinem 25-jährigen Jubiläum hat das familiäre Unternehmen vor drei Jahren ein neues Corporate Identity-Konzept in Schwarz-Gold umgesetzt. Ein Neuauftritt, der in der Form, für die Zielgruppe und in der Zielregion innovativ und ungewöhnlich ist. „Wir leben heute die Marke, unseren Markenauftritt. Und gerade im Bereich Personalgewinnung zeigt sich, dass wir hier den richtigen Schritt gegangen sind, dass wir mit dem neuen Look nicht nur auf uns aufmerk-

sam machen, sondern unser Profil deutlich geschärft haben“, so Inhaber Jörg Beckemeyer. War die Außendarstellung früher eher veraltet, so hat Elbeki – wie sich das Unternehmen mit eigenem Kosenamen nennt – heute eine mutige, erfrischende und authentische Bildsprache, die auch eine vielköpfige Fachjury überzeugte. Elbeki hat weitere Faktoren eingeführt, wie die 4-Tage-Woche und die ‚du‘-Kultur bei den Kundinnen und Kunden und im Team: So konnte das Unternehmen insgesamt 17 neue Mitarbeitende gewinnen – und zwar über alle Altersgruppen. Auch die Zahl der Auszubildenden konnte noch einmal von drei auf vier gesteigert werden.

25
Ausgezeichnet

I'VE GOT
THE POWER



„Der Spaß und die Identifikation mit dem Unternehmen und der Marke, diese intrinsische Intention, ist spürbar – und hat uns überzeugt. Der Auftritt ist mutig und modern. Der goldene ELMAR soll diesen Mut auch belohnen. Und ein Vorbild sein für alle, die eine Nachfolge suchen und neue, junge Leute gewinnen möchten“, so das Resümee der Jury, die die goldene ELMAR-Trophäe am 7. Dezember im Rahmen des „Markenforums der Elektrobranche“ überreichte. In der Kategorie 3 (mehr als 30 Mitarbeitende) setzte sich das heimische Unternehmen gegen zahlreiche Mitbewerber aus ganz Deutschland durch und belegte den 1. Platz. „Als wir zur Verleihung gefahren sind, wussten wir, dass wir unter die ersten Drei gekommen sind – und wären auch mit dem Bronzeplatz zufrieden gewesen. Dass es am Ende aber Platz eins geworden ist, ist natürlich umso schöner, gerade weil wir uns gegen deutlich größere Unternehmen durchgesetzt haben“, so Philipp Budde nach der Veranstaltung, die im Hyatt Regency Düsseldorf mit 180 geladenen Gästen stattfand. Besonders hervorgehoben wurde in der Laudatio auch das sogenannte „Denkwerk“, ein Raum für Innovationen bei Elektrotechnik Beckemeyer, der die Jury begeisterte.



Neben der begehrten ELMAR-Trophäe erhielt Elektrotechnik Beckemeyer ein attraktives Preisträgerpaket, welches ergänzend zum Preisgeld selbst individualisierte Maßnahmen zur Kunden- und Fachkräftegewinnung enthält. Diese können zur Kommunikation der Auszeichnung mit dem Markenpreis eingesetzt werden, beispielsweise für Social-Media-Zwecke und digitale Kommunikation. Darüber hinaus werden die ELMAR-Preisträger 2023 in die Anzeigenkampagne der „Elektromarken. Starke Partner.“ eingebunden und erhalten ihren eigenen ELMAR-Markenfilm.



„Für uns ist die Auszeichnung nicht nur eine Bestätigung für das, was wir in der Vergangenheit geleistet haben, sondern vor allem eine Motivation für die Zukunft. Wir werden diesen kreativen Weg weiter bestreiten, setzen darauf, dass viele Interessierte von uns als Unternehmen und unserem Auftritt angetan sind und wir so weiter wachsen können“, unterstreicht Jörg Beckemeyer. Sein großer Dank gilt seinem Team, „ohne das der Erfolg nicht möglich gewesen wäre“. ⚡



»HANDWERK? STEHT FÜR QUALITÄT!«

Der Beagle macht artig Platz im Körbchen, kurzer Blick ins Handy, tatsächlich nichts, was die volle Aufmerksamkeit benötigt, also rein ins Gespräch. Martina Hannen ist darin Profi; wer im Landtag gesessen und vor allem gearbeitet, geredet, diskutiert hat, der braucht keinen Anstuber, der legt direkt los. Nach der verlorenen Wahl galt es, sich erst einmal zu sortieren. Das sollte nicht lange dauern, denn FDP, das heißt Unternehmertum und wo kann man das an seiner Basis besser erleben als im Handwerk? Also führte ihr Weg nach Lübbecke, wo sie Geschäftsführerin der Kreishandwerkerschaft Wittekindsland wurde.

Sieht goldenen Boden für das Handwerk: Martina Hannen.



Lange einarbeiten musste sich die 53-Jährige nicht, als Juristin und vor allem Dozentin für Rechtswissenschaften kannte und kennt sie sich aus mit denen, die sich selbstständig machen, ein Unternehmen gründen wollen – und das häufig auch im Handwerk. Die Zahlen dabei kontinuierlich steigend. Handwerk, das ist heute wieder goldener Boden. Vollkommen zu Recht, sagt Martina Hannen, lehnt sich ein wenig nach vorn und fängt an aufzuzählen. Monetär, also wenn man wirklich mal die Studienzeit auch mit ein-, das erste Gesellengehalt gegenrechnet? Da gibt es kaum finanzielle Unterschiede, wenn überhaupt. Wer heute Meister ist, einen eigenen Handwerksbetrieb hat, der brauche sich wirtschaftlich wahrlich nicht zu verstecken. Perspektivisch? Auch nicht so wie landläufig geglaubt zu beantworten. Wenn Handwerker zu einer raren Spezies werden, ist es dann nicht folgerichtig, dass es die, die es noch gibt, gut am Markt, in der Zukunft haben werden? Na sicher, sagt Martina Hannen und man mag nicht widersprechen. Sicher, in der Baubranche bröckele es gerade mächtig, aber wo sind denn bitte die 400.000 Wohnungen, die die Regierung errichten lassen wollte? Wir würden die jetzt gerne bauen. Sagt die, die immer noch Politikerin ist – im Ehrenamt – und sich vor all die Betriebe stellt, die freiwillig Mitglieder in der Kreishandwerkerschaft sind. Ihre Aufgaben dabei? Vielfältig. Sie, ihre Kolleginnen und Kollegen und der Kreishandwerksmeister kümmern sich um die Lossprechung der Gesellinnen und Gesellen, betreiben Lobbyarbeit, sprechen mit allen Beteiligten und kümmern sich um die Ausbildung von rund 3.000 Auszubildenden; organisatorisch, versteht sich. Ihr Terminkalender also: voll. Aber irgendwie brauche sie das auch, das Gebrauchtwerten, das Im-Team-Anpacken, sich mit ihrem Geschäftsführerkollegen um insgesamt nicht weniger als 25 Innungen zu kümmern. Als Rheinländerin weiß sie:

im zurückhaltenden Ostwestfalen musst du erst einmal ankommen. Punkttest aber direkt, wenn du sagst, dass das Handwerk das Rückgrat der Gesellschaft ist. Earnest Beifall, wenn du forderst, dass Zoll und Ordnungsamt doch mal an einem normalen Samstagvormittag Baustellen abklappern sollten – der Erfolg wäre vorpro-

»Bei uns geht es nicht nur darum, zu lernen. Sondern vor allem: zu begeistern.«

grammiert. Aber Martina Hannen geht es nicht um Beifall, nicht (mehr) um Wählerstimmen. Wie sie da so sitzt, in ihrem Büro, eben noch draußen der Kollegin herzlich zum Geburtstag gratuliert, jetzt mitten im Plädoyer fürs Handwerk, da merkt das Gegenüber: das passt. Gefragt, wie sie zur Meisterpflicht stehe, kein Moment des Zögerns. Meister? Da stehe doch der Begriff für das, was man bekomme: Qualität. Und wie solle der dringend benötigte Nachwuchs denn ausgebildet werden, wenn

es keine Meister, keine Meisterbetriebe gäbe? Apropos Ausbildung, da sitzt sie noch etwas gerader, das ist ihr Steckenpferd, da hat die Kreishandwerkerschaft die Hoheit. An sechs Standorten – alle sehr gut ausgestattet –, gehe es nicht nur darum, das Rüstzeug zu vermitteln, sondern vor allem: zu begeistern. Dafür fährt die 53-Jährige jeden Morgen seit dem 1. Januar 2023 aus dem Lippischen hierher nach Lübbecke, nutzt die Fahrt für Telefonate, networkt, strukturiert, stößt an und hakt ab. Lange Anlaufphase, längere Übergangsphase von der Landtagsabgeordneten zur Geschäftsführerin hier in Lübbecke, damit aber auch mitverantwortlich für den Kreis Herford? Ach was. Ankommen. Anpacken. So sei das für sie schon immer gewesen.

»Wer hat denn während der Coronakrise den Laden am Laufen gehalten? Die Handwerksbetriebe.«

Kurzer Rückblick auf die Finanzkrise 2011, auf die Coronakrise: Wer hat denn da weitergeackert, den Laden am Laufen gehalten, nicht geschlossen, nicht geklagt, sondern vorangemacht? Die Handwerksbetriebe. Wer stemmt sich gegen die stets steigende Bürokratiemesslatte, wer verlegt keine Firmensitze ins Ausland, zahle seine Steuern, werde immer digitaler? Auch hier: die Handwerker. Und immer häufiger auch Handwerkerinnen. Aber das will Martina Hannen nicht betonen, es sei einfach selbstverständlich, gelernt, gelebt.

Wer fragt, wie es denn gelingen könne, dem Handwerk wieder die Aufmerksamkeit zu bieten, die es benötige, verdiene, erntet eine deutliche Antwort: Nicht lockerlassen. Image aufbauen, Image aufbessern, nach außen kehren und vor allem: Nicht im Gestern verweilen, alles rausholen aus der verstaubten Ecke, in der Azubis noch gelangweilt den Besen über den Hof schieben und Meister ihre Bestellung noch per Fax schicken – das war gestern, aber es gibt immer noch viel zu tun.

Sie freut sich drauf. Ist längst schon mittendrin. Jetzt ist sie hier, mit Hund hinter sich, dem Bild der Liebsten direkt im Blick und dem festen Willen, das Handwerk zu stärken, wo es nur geht. ■

BEST OF HOCH5

Als Werbeagentur sind wir von HOCH5 in Bünde, Bielefeld und Berlin zu Hause. Bieten Marketing von A bis Z, betreuen Kunden von klitzeklein bis riesengroß, aus Ostwestfalen-Lippe und der ganzen Welt. Zu unseren Leistungen gehören Konzeption, Corporate Design, Webdesign und -entwicklung, Layout, Illustration, Text, Fotografie, Film, Packaging Design,

Personalmarketing, Messgestaltung, Social-Media-Betreuung und noch viele, viele mehr. Darüber hinaus entwickeln wir leidenschaftlich gern Magazine – wie das 528+, das du gerade in den Händen hältst. Auf den folgenden Seiten zeigen wir dir, welche Projekte wir in jüngster Zeit für einige unserer Kunden umgesetzt haben – unser BEST OF HOCH5 eben. [Viel Freude beim Entdecken.](#)

EWB BÜNDE FAHRZEUGBEKLEBUNG

Bestimmt sind euch die blau-gelb beklebten Autos der Energie- und Wasserversorgung Bünde (EWB) schon einmal begegnet. Egal, ob VW ID.4, Multivan oder Crafter: Hinter der Gestaltung der Fahrzeuge stecken – richtig! – wir. Dabei haben wir nicht nur die Porträtfotografie übernommen, sondern auch die Bildbearbeitung und die Design-Entwicklung mit der typischen EWB-Welle als Wiedererkennungszeichen. Wir sagen Danke für das Vertrauen und wünschen allzeit gute Fahrt!



STADTTHEATER HERFORD SPIELZEITHEFT 2024/2025

Sitzt uns im Vorstellungsgespräch eine Grafikerin oder ein Grafiker gegenüber, kann ein Wunsch nicht weit sein: einmal im Leben für ein Theater, für eine Bühne arbeiten. Genau dieser ist für unser Grafik-Team nun in Erfüllung gegangen – mit der Gestaltung des Spielzeithefts 2024/2025 für das Stadttheater Herford.

Für unseren Kultur-Kunden durften wir ein komplett neues Konzept entwickeln, die Farbpalette voll ausschöpfen, Inhalte setzen und den Druck des Heftes koordinieren, das ab April erhältlich sein wird. Doch damit nicht genug – schon bald werden weitere Materialien folgen. Und das? Macht uns wunschlos glücklich. ▶

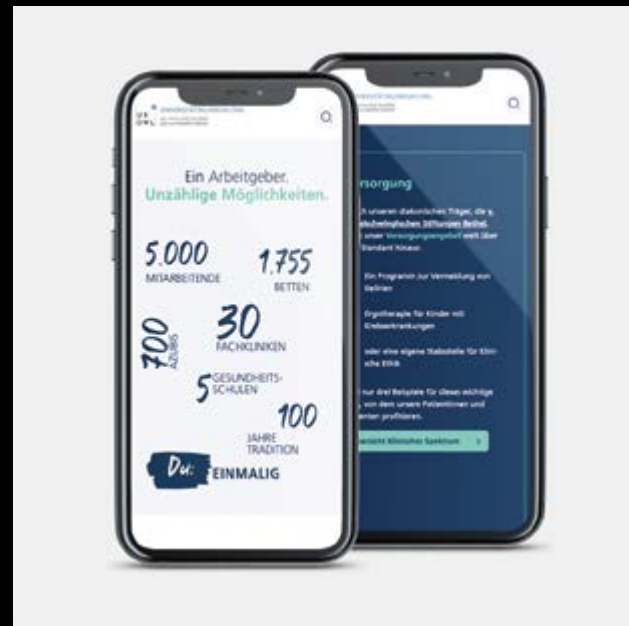
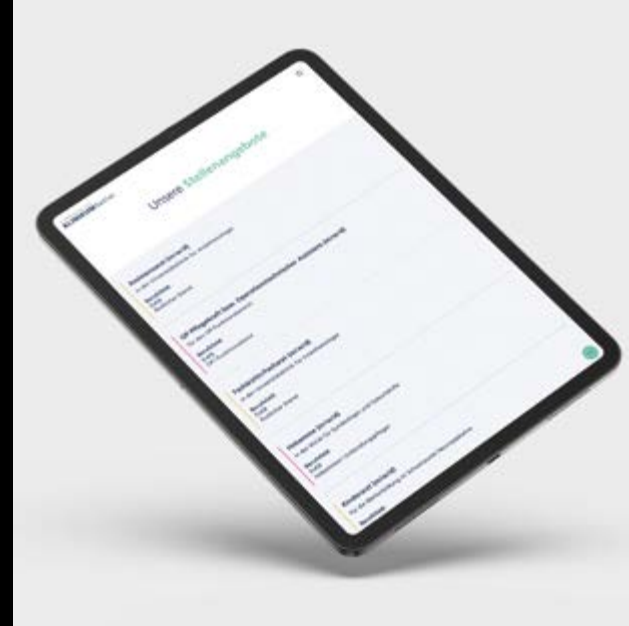


EV. KLINIKUM BETHEL KARRIERE-PORTAL

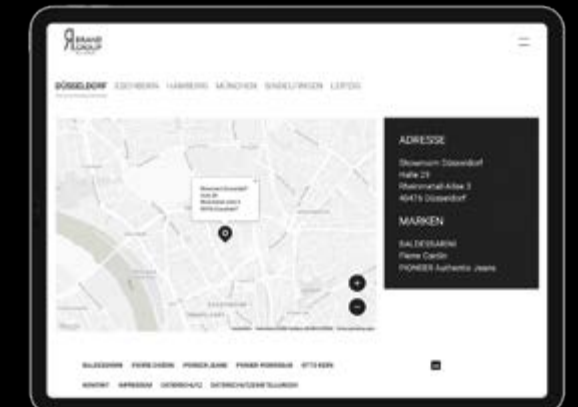
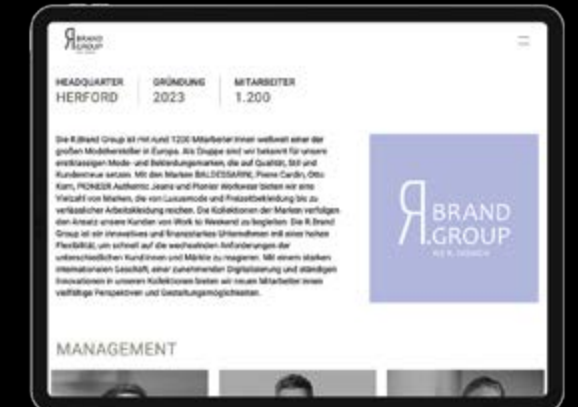
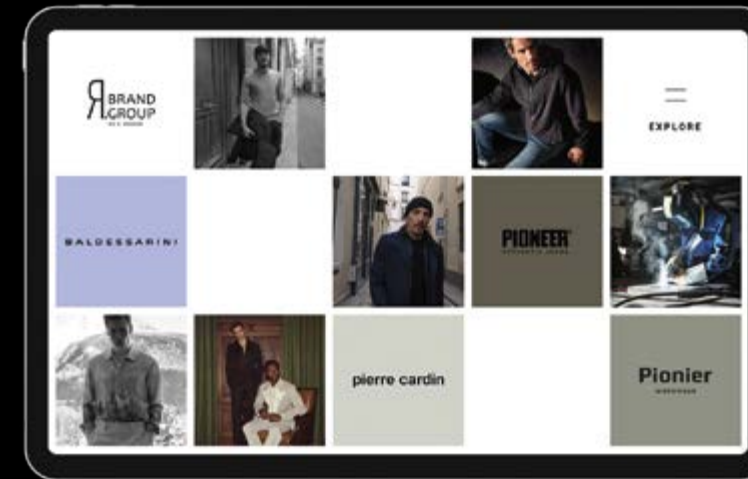
Wenn es eine Herausforderung gibt, die all unsere Kunden dieser Tage vereint, dann ist es das Suchen und Finden von qualifizierten Auszubildenden und Fachkräften. Auch eines der größten Krankenhäuser des Landes, das Evangelische Klinikum Bethel (EvKB) und Universitätsklinikum OWL der Universität Bielefeld, kennt diese Situation nur allzu gut.

Seit Anfang 2024 legt das Klinikum mit einer von uns neu konzipierten und programmierten Karriere-Website eine würdige Visitenkarte im Netz aus. Damit werden nicht nur Fachkräfte aller Fachbereiche, sondern auch (potenzielle) Auszubildende und Neugierige von Beginn an abgeholt. Sämtliche Inhalte werden zielgruppenspezifisch präsentiert, die Navigation dynamisch an die jeweiligen Ziele und Interessen angepasst. Ohne Umweg finden Mitarbeitende und solche, die es werden wollen, die gewünschten Informationen und gelangen mit nur einem Klick zur neuen, übersichtlich gestalteten Stellenbörse.

> karriere.evkb.de



R.BRAND GROUP + PIERRE CARDIN WEBSITES



Baldessarini, Pierre Cardin und Pioneer Workwear – drei namhafte Marken, hinter denen seit Herbst 2023 ein Unternehmen steht: die R.Brand Group. Doch nicht nur das unternehmerische Dach für die Marken ist neu, sondern auch die dazugehörigen Websites. Konzepte, Designs, Programmierung und Inhaltspflege? Stammen dabei komplett von uns. Zwei von vier sind bereits online, Pioneer Workwear und Baldessarini noch in der Entstehung. Ganz schön schick! ▶

> rbrand.group > pierre-cardin.de



Um ihr gepflegtes Aussehen auch beizubehalten, brauchen Natursteinböden eine regelmäßige maschinelle Wartung. **Daher bieten wir professionelle Naturstein-Instandhaltung durch Marmorkristallisation und -pflege.** Wir verwenden bei der Marmorkristallisation seit Jahren erfolgreich das COOR KLEEVER Verfahren. Durch diese Methode der Oberflächen- Härting werden der natürliche Glanz des Gesteins sowie seine Farben wieder voll zur Geltung gebracht. Sie ist geeignet für kalkhaltige Stein-, Marmor- und Travertinböden sowie Beton- werkstein. Eine neue Vergütung sorgt für frischen Schutz gegen Schmutz. Da die Wirkung der Kristallisation nach einigen Jahren nachlässt, sollte entsprechend nachkristallisiert werden.

Gerne kommen wir vorbei, wenn Sie Interesse an einer kosten- freien Bodendiagnose haben. Wir können Ihnen jederzeit ein auf Ihre Bedürfnisse passendes Angebot machen. Rufen Sie uns an. Dringend gesucht: **Azubis im Gebäudereiniger-Handwerk!**

UNSER LEISTUNGSANGEBOT

- Unterhaltsreinigung
- Marmorkristallisation
- Glasreinigung
- Abschlussreinigung
- Linoleum & PVC
- Fassadenreinigung
- Teppichreinigung
- Pflege von Außenanlagen
- Spezialreinigung auf Anfrage



Inh. Kurt Pijur • Ravensberger Str. 16 • 32584 Löhne
Tel. 0 57 32 / 2173 • Fax 0 57 32 / 3060
www.scheitzke.de • info@scheitzke.de



GRUSZECKI & HILDEBRAND

steuerberater

Johannisstraße 45 · 32052 Herford

Fon 05221 / 12 14 90



www.gh-die-steuerberater.de

ABKE • HOFFMANN-GALLHOFF

Rechtsanwaltskanzlei

Rechtsanwältin
Elisabeth Hoffmann-Gallhoff

Meine Schwerpunkte:

- Scheidung
- Unterhaltsrecht
- Sorgerecht
- Umgangsrecht
- Mediation
- Vermögensauseinandersetzung bei Trennung und Scheidung
- Zugewinnausgleich
- Gewaltschutzverfahren
- Erbstreitigkeiten

Ich berate und unterstütze Sie gerne.

Elisabeth Hoffmann-Gallhoff
Rechtsanwältin
Mediatorin

Rechtsanwälte

J. Friedrich Abke - Notar a.D., RA i.R.
Elisabeth Hoffmann-Gallhoff
Jörg Detring

Herforder Straße 18
32257 Bünde

Telefon 05 22 3-22 00 / 52 23 22
Telefax 05 22 3-13 59 0

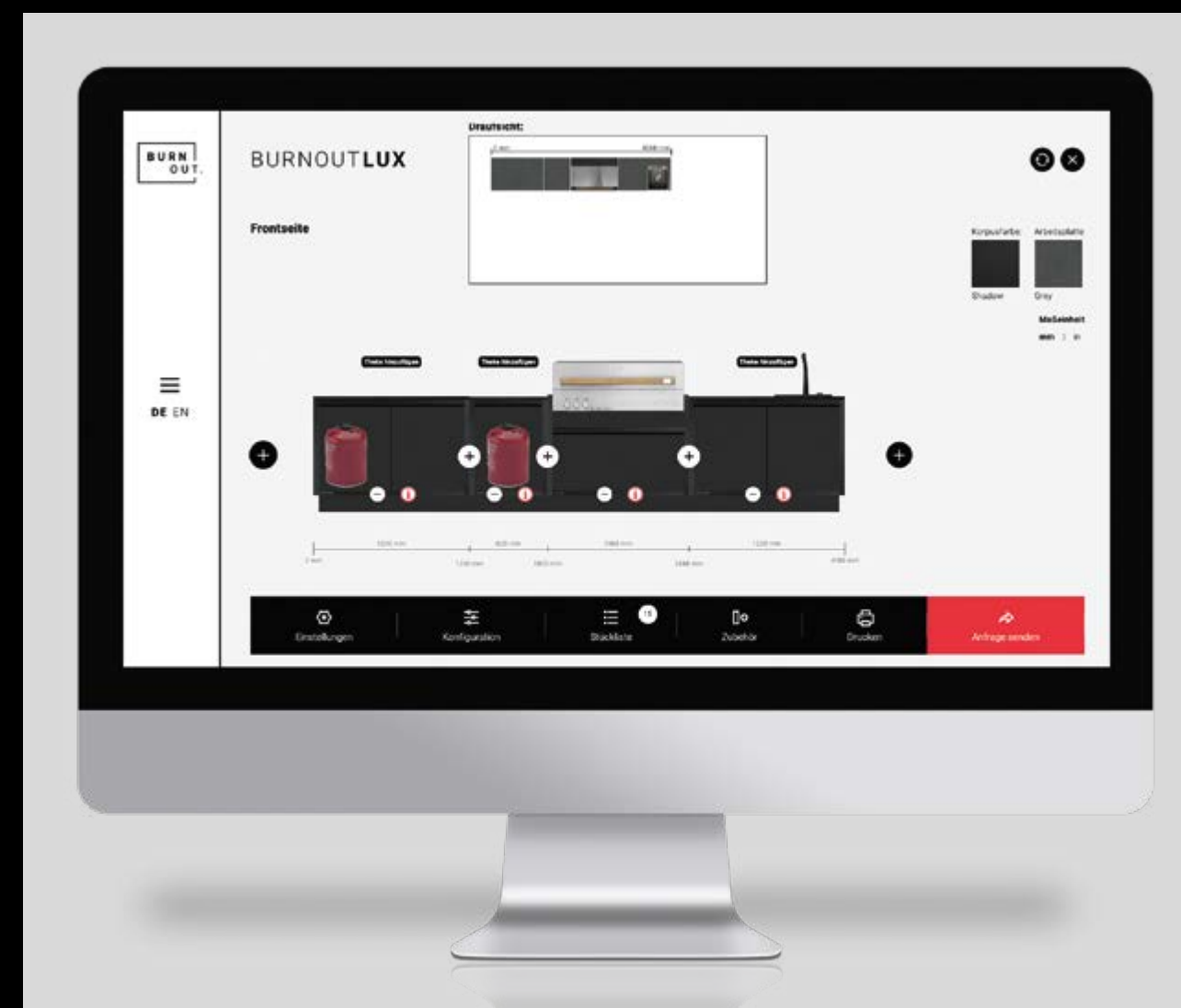
www.rae-abke.de
info@rae-abke.de



»Immer auf Ihrer Seite«

BURNOUT KITCHEN KONFIGURATOR

Endlich wieder Frühling, endlich wieder Grillen. Wer so richtig Frühlingsgefühle bekommt, der denkt jetzt über eine Outdoorküche nach. Und wer nicht nur darüber nachdenken, sondern auch schon mal hin- und herschieben, Grills ein- und wieder ausbauen, Kühlschränke verplanen und Spülen ansetzen möchte, der landet schnell beim Bissendorfer Unternehmen Burnout Kitchen. Der Name? Ist uns unter der Dusche eingefallen. Und der Konfigurator? Ist ein Produkt jahrelanger Arbeit, bei der kontinuierlich mehr Module, Farben, Zubehör und Ausstattungslinien hinzukommen. Damit man jetzt bestellen und spätestens im Sommer im großen Stile grillen kann. ▶



COPPENRATH & WIESE MITARBEITER-MAGAZIN

Es gibt wohl kaum jemanden, der noch nie in den Genuss der Tiefkühl-Torten und -Brötchen von Coppenrath & Wiese gekommen ist. Umso mehr freuen wir uns, mit der Conditorei einen neuen Kunden gewonnen zu haben, für den wir ab sofort das Mitarbeitermagazin „Echt Cowie“ gestalten dürfen. Auch Konzept und Fotografie gehören zu unserem Leistungsumfang. Ausgabe Nummer 1? Erschien übrigens pünktlich vor Weihnachten – als kleines Geschenk für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.



HOCH5 MAGAZIN-BLOG

An einer Hand abzählen? Lassen sich die Magazin-Ausgaben, die wir bei HOCH5 jedes Jahr herausbringen, schon lange nicht mehr. Neben dem 52 8+ erscheinen in unserem Verlag das HOCH5 Magazin in Bielefeld, das DU&ICH in Rödinghausen, die ELSESTIFTE in Kirchlengern, das HIER in Hiddenhausen, die Gesundheitsmagazine PraxisZeit und Hand in Hand sowie zahlreiche Kundenmagazine. Und das Beste? Ab sofort lassen sich die besten Artikel der Magazine auch online lesen: Auf unserer Website, in unserem HOCH5-Blog.

> hoch5.com/blog



DEIN PROJEKT

Du willst eines Tages auch hier auftauchen – mit deinem Projekt im BEST OF HOCH5? Dann schick uns ganz einfach deine Anfrage – egal, wie klein, wie groß, wie dick, wie dünn. Als Werbeagentur kennen wir uns mit Visitenkarten und Briefpapier genauso aus wie mit Flyern, Katalogen, Magazinen, Texten, Fotos, Filmen, Websites, Webshops, Social Media – und allem, was die Marketingklaviatur sonst noch zu bieten hat. Wir konzipieren, gestalten, schreiben, fotografieren, filmen, programmieren, beraten. Wir betreuen Kunden in Bünde, in Bielefeld, in Berlin – und natürlich darüber hinaus. Stets nach der Devise: Gute Werbung erzählt nichts vom Pferd. ●

Projekt starten →

hoch5.com
projekte@hoch5.com
+49 5223 49 39 00

„IM KOPF BLEIBT DAS ERLEBNIS“

SONJA O'REILLY WEISS, WAS JUNGE MENSCHEN BEWEGT – UND WIE MAN SIE BEWEGT. ALS **JOBCOACH** HILFT SIE DENEN, DIE ORIENTIERUNG SUCHEN, DIE SICH BERUFLICH NEU ODER UMORIENTIEREN WOLLEN. ALS **PERSÖNLICHKEITSTRAINERIN, AUSBILDERIN, TEAMCOACH** UND **BILDUNGSUNTERNEHMERIN** HAT SIE UNS VIELE ANTWORTEN AUF FRAGEN GEGEBEN, DIE JUNGE MENSCHEN ZUR BERUFSWAHL EBENSO BETREFFEN WIE UNTERNEHMEN, DIE AUF DER SUCHE NACH DEM PASSENDEN AUSZUBILDENDEN SIND.



*Der Name ist ein wenig sperrig,
das Event aber vielversprechend:
Die Hausmesse von Sonja O'Reilly
zieht viele Jugendliche an.*

**Frau O'Reilly, ist es heute, bei der Fülle an Berufen,
immer schwerer, die richtige Berufswahl zu treffen?**

Sonja O'Reilly (SO): Ich glaube, dass sich junge Menschen häufig mit dieser Entscheidung schwertun, liegt sicherlich an den unglaublich vielen Möglichkeiten, die es hier gibt. Gleichzeitig ist da auch eine Distanz zur Berufswelt entstanden, die diese Entscheidung noch erschwert. Wenn man sich heute den Lebensalltag von Jugendlichen anschaut, dann ist der sehr geprägt vom Schulleben, da sind in den meisten Schulformen Unterrichtstage mit acht oder neun Stunden keine Seltenheit. Da muss man sich schon die Frage stellen: Wann soll ich dann eigentlich als Jugendlicher die Berufswelt, die Menschen, die sich darin bewegen, wahrnehmen? Das ist ein echtes Problem und führt zu sehr viel Unsicherheit.

Gibt es noch weitere Gründe, die das verstärken?

SO: Das ist natürlich auch die digitale Welt, in der sich Jugendliche aufhalten. Da fehlt einfach die wahre Lebensrealität, da werden Scheinwelten aufgebaut – und so wächst die Distanz von den Schülerinnen und Schülern hin zur Berufswelt immer mehr. So kann man sich leicht ausmalen, wie schwer es fällt, dort plötzlich einzutauchen, eine so wichtige Entscheidung wie die der Berufswahl zu treffen. Es sind einfach zwei Welten, die nur sehr wenig miteinander gemein haben. Und wenn ich mich bis jetzt immer nur in der einen bewegt habe, dann kann so ein Wechsel schon sehr kompliziert sein.





Gibt Antworten
auf sehr viele Fragen
von Jugendlichen:
Sonja O'Reilly.

Was gibt man denn den jungen Menschen am besten mit, damit sie hier eine bessere Orientierung gewinnen?

SO: Ich sage immer, dass Berufsorientierung ein aktiver Prozess ist. Viele Menschen, Eltern und Lehrkräfte, fragen plötzlich, wenn die Kinder 16 oder 17 Jahre alt sind: Was willst du jetzt eigentlich machen, was werden, welchen Beruf ergreifen? Da entsteht dann immer der Eindruck, dass einem das als jungem Menschen einfach einfallen würde. Dabei ist aber ja noch gar keine Erfahrungsgrundlage geschaffen, ich habe ja noch gar nichts erlebt. Wie soll ich denn ohne diese Grundlage eine so wichtige Entscheidung treffen? Wir lernen in unserem Leben Entscheidungen zu treffen, indem wir Erfahrungen gemacht, Dinge und Situationen erlebt haben. Verfüge ich über diese Basis nicht, ist das Risiko sehr groß, dass ich zumindest nicht die optimale Entscheidung treffe. Deswegen sage ich immer: das ist ein aktiver Prozess, also fang du selbst an, in Berufe hineinzuschauen, die Berufswelt auszukundschaften. Ein ganz wichtiger Teil sind dabei die Praktika – und wenn mir die Schule da nicht genug Möglichkeiten bietet, dann mache ich das eben freiwillig und werde selbst aktiv.

Gibt es neben Praktika noch weitere Möglichkeiten, die Sie empfehlen?

SO: Ein wichtiger Bereich sind Nebenjobs und Ehrenämter. Ich muss ja nicht darauf warten, dass mir die Schule

überhaupt die Möglichkeit bietet, die Berufswelt aktiv kennenzulernen. Das kann schon im Alter von 13 Jahren starten, mit 16 Jahren kann ich schon richtig mitarbeiten, richtig tief eintauchen. Das ist ungewohnt, das ist vielleicht auch nicht immer cool, aber es hilft ungemein – und übrigens für das gesamte Leben, nicht nur für die Berufsentscheidung.

Heute gibt es ja seitens der Unternehmen häufig die Meinung, dass die Auszubildenden qualitativ schlechter als früher sind, dass es vor allem an Motivation, an diesem Aktivwerden mangelt. Was antworten Sie denen?

SO: Eigene Motivation ist etwas, was auch im Erwachsenenalter vielen Menschen immer schwerer fällt. Bei jungen Menschen ist es aber noch anspruchsvoller, weil sich in der Pubertät der Körper verändert, in den Jugendlichen einfach ganz viel los ist – da stehen ganz andere Dinge im Vordergrund. Da ist es natürlich eine sehr große Herausforderung, selbst aktiv zu werden, sich auf die Suche nach dem passenden Beruf zu machen. Das ist heute besser ein geführter und geleiteter Prozess. Und es ist auch eine gesellschaftliche Aufgabe, das heißt, die Betriebe sollten wieder aktiver auf die Schulen zugehen und die wiederum sollten sich deutlich mehr und intensiver für diese Betriebe öffnen. Es ist also ein Aktivwerden auf allen Ebenen. Wichtig ist auch –

was wir hier in unserem Unternehmen bieten –, dass die Jugendlichen Dinge ausprobieren, mitmachen können. Das ist ganz wichtig. Und es sollte nachhaltig sein, also nicht nur einmal, sondern wiederkehrend. Das schult die Perspektive für die Gesellschaft, auch das Vermögen, mit dir fremden Erwachsenen in Kontakt zu treten.

Können Sie ganz konkret ein paar Tipps für die jungen Menschen in dieser Phase geben?

SO: Mache dir eine Liste mit fünf Berufen, die du spannend findest. Suche dir für jeden drei bis fünf Unternehmen in deinem Umfeld. Lass dir beim Bewerbungsschreiben helfen und bewirb dich für Tagespraktika oder Hospitationen. Es geht einfach um praktische Orientierung, die musst du suchen, finden und ergreifen. Auch an meiner eigenen Einstellung sollte ich arbeiten, offen sein, dem Austausch mit fremden Erwachsenen offen gegenüberstehen. Das ist schwer, das geht nicht auf Knopfdruck. Aber daran kann und sollte man als junger Mensch arbeiten. Ich muss einfach lernen, mir selbst etwas zuzutrauen.

Und wenn ich mich für einen Beruf entschieden habe, dann aber merke, dass ich die falsche Entscheidung getroffen habe?

SO: Dann sollte ich ganz entspannt sein und mir erlauben, zu lernen. Unser Gehirn reift, bis wir Mitte 20 Jahre alt sind – übrigens vor allem das Urteilsvermögen. Und da muss ich, wenn ich einen 15-Jährigen frage, was er machen will, Verständnis dafür haben, dass das ein Lernprozess ist und die Entscheidung später anders ausfallen könnte. Aber dann hat er gelernt, dann weiß er, was er nicht machen und werden möchte – auch das ist ja eine wichtige Erfahrung. Früher hat man den Berufsweg von den Eltern vorgegeben bekommen, heute ist das meist ganz anders. Gerade wenn sich ein junger Mensch falsch entschieden hat, dann ist es wichtig, dass er von den Eltern positive Rückmeldungen bekommt, ihm Wertschätzung entgegengebracht, ihm Mut zugesprochen wird.

Einfach nur im Gespräch nach Infos fragen? Oder direkt mit dem Teigkneten beginnen? Nicht nur bei Karlchens Backstube gilt: Besser direkt loslegen auf der Azubimesse.

Also sollte man es nicht als Niederlage verbuchen?

SO: Nein, das ist ein wichtiges Lernen. Die Entscheidung nach der Schulzeit ist die erste, die die Jugendlichen in ihrem Leben selbst treffen – und dann hat die auch noch eine solch immense Tragweite. Die darf natürlich nicht mit Angst, mit Druck und Stress behaftet sein. Aber das gibt es eben häufig und es ist doch traurig, dass wir bei den jungen Menschen auch durch Studien belegt bekommen, wie es in der Realität aussieht, wie unfrei sie sich in diesen Entscheidungen eigentlich fühlen. Da sollte sich auch einmal jeder Einzelne und die Gesellschaft im Ganzen hinterfragen.

Also auch als Eltern einfach lockerer bleiben, wenn es mit dem ersten Schritt in die Berufswelt nicht so richtig klappt?

SO: Wichtig ist, seinem Kind Mut zuzusprechen, bei Problemlösungen und Entscheidungen zu helfen und zu unterstützen. Was unsere Kinder benötigen, ist viel Selbstbewusstsein und ein gutes Denken bei Problemlösungen. Ich stehe ja immer vor allem hinter den Entscheidungen, die ich selbst getroffen habe – das ist auch schon bei Sechzehnjährigen so.

Ist es denn richtig, dass Ausbildungsplatzmessen besucht werden müssen, oder wäre es nicht passender, hier auf Freiwilligkeit und nicht auf schulischen Zwang zu setzen?

SO: Das wäre dann so, als wenn man den Kindern sagen würde: Geh zur Schule, wenn du magst. Da hilft die Freiwilligkeit nicht weiter. Ich bin davon überzeugt, dass Dinge, die wir als Erwachsene gut, richtig und wichtig finden, auch vorgegeben werden müssen. Insofern ist es schon richtig, zu diesen Messen hingehen zu müssen. Wir sollten uns aber auch über die Formate Gedanken machen, das ist wichtig. Wir sagen unseren Ausstellern



SPIELEND ERFOLGREICH

Ihre Gewinnstrategie für den Erfolg



www.casino-badoeynhausen.de

MERKUR SPIELBANKEN NRW • Zutritt ab 18 Jahre •
Suchtrisiko: Informationen über die Hotline der Bundeszentrale
für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) 0800 1372700 (kostenfrei)
oder www.merkur-spielbanken.de



**CASINO
BAD OEYNHAUSEN**



Lebensmittel? Gehen doch eigentlich immer. Wenn dann noch der EDEKA Talente Truck direkt vorfährt, ist der Ansturm garantiert.

immer: Macht etwas mit den Jugendlichen, bietet ihnen Praxis, Raum zum Ausprobieren an. Im Kopf bleibt das Erlebnis – nicht der Kugelschreiber. Im Kopf bleibt auch: die waren freundlich, die haben mir geholfen. So etwas prägt. Deshalb gehen wir mit unserem Unternehmen in die Schulen, treffen die Schülerinnen und Schüler immer wieder, da wird vieles alltäglich, da fallen die Hemmungen – und dann fühlt sich vieles auch gar nicht mehr als schulischer Zwang an.

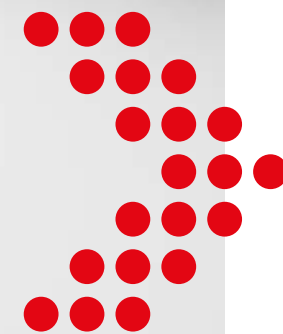
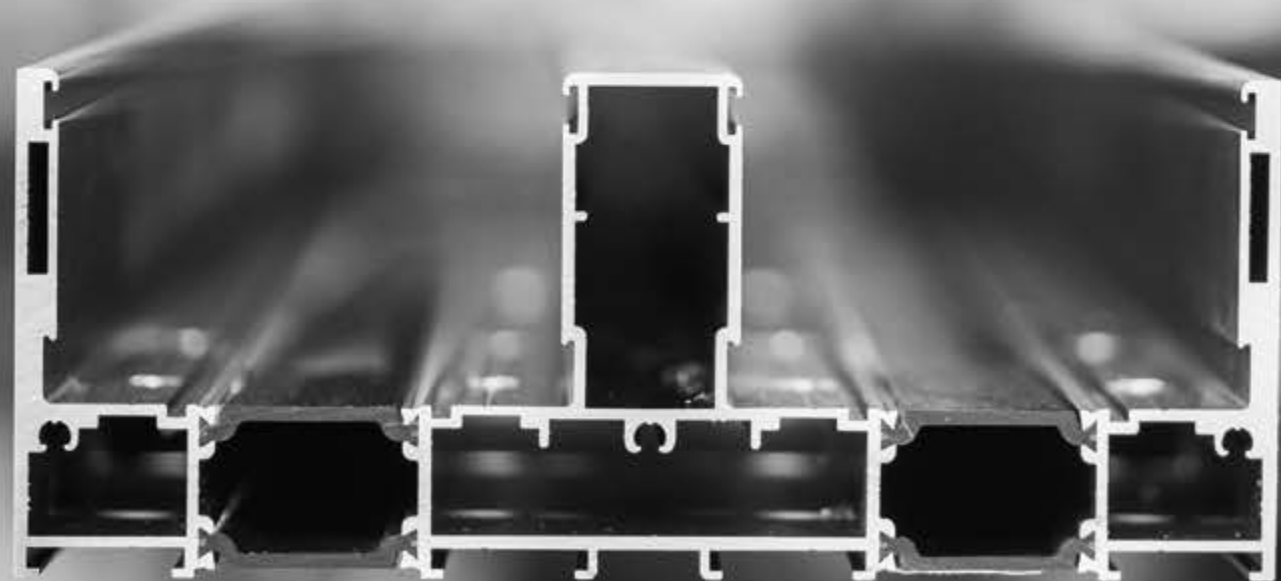
Wie sieht es auf Unternehmensseite aus, können Sie hier auch Tipps geben?

SO: Das Thema Unternehmenskultur ist da, glaube ich, sehr wichtig. Wenn man als Chef von oben herab agiert, wenn ein rauer Ton herrscht, dann muss man sich nicht wundern, dass es mit den Auszubildenden nicht funktioniert. Es ist nicht alleine das Geld, das die jungen Menschen heute motiviert. Wichtig ist auch der Umgangston, die Möglichkeit, mitgestalten zu können. Es geht dabei heute gar nicht nur um Lob und Feedback, sondern darum, ernst genommen zu werden. Diese Generation, die jetzt gerade heranwächst, gestaltet unser aller Zukunft. Und genau dazu müssen wir sie jetzt ermutigen, sonst resignieren sie – und das können wir uns in den aktuell herausfordernden Zeiten nun wirklich nicht leisten. •

Meist sind Ausbildungsplatzmessen Pflichtveranstaltungen. Und das zu recht: Denn Jugendliche beschäftigt viel – aber nur selten die eigene Berufswahl.



EINE FRAGE DES PROFILS



Wir gehen direkt hoch ins Fußballstadion. Nicht zu den roten Sitzschalen, sondern noch ein bisschen höher, in die VIP-Area. Und tatsächlich: hier wird sogar manchmal Fußball geguckt. Auch wenn wir nicht im Stadion sind. Sondern bei Solarlux in Melle.

Unser Gastgeber: Matthias Fuchs, seit knapp fünf Jahren Marketingleiter hier bei Solarlux, der weiß, dass die Baubranche gerade ächzt und stöhnt – und die Zulieferer natürlich gleich mit. Dabei ist Ächzen und Stöhnen nicht das Ding der Menschen bei Solarlux. Unser Inhaber sagt immer, wenn die Konjunktur nicht läuft, dann machen wir sie uns eben selbst. Sagt Fuchs und weiß, was das bedeutet. Wenn schon die Anfragenzahl sinkt, dann muss eben die Anzahl der Aufträge, die sich daraus ergeben können, gleich hoch bleiben, wenn nicht steigen. Das heißt auch: du musst schneller, flexibler sein als deine Mitbewerber. Was nutzt es dir, wenn du wochenlang den 100 Prozent hinterherläufst, während du auch mit 80 Prozent leben kannst, dafür aber am Start bist? Fragt sich Fuchs und vor allem seine Mitarbeitenden im Marketingteam. Bezogen natürlich nicht auf die Produktqualität, nicht auf das Portfolio, sondern auf die Kampagne, auf die Marketingstrategie, die du gerade ausrollst – vor allem aber auf die Zeitschiene, die du dir selbst zur Messlatte machst. Der Handel nimmt in Zeiten wie diesen alles dankbar entgegen, was irgendwie Hilfe, Rückenwind verspricht. Und vor allem davon ablenkt, noch mehr zu ächzen, zu stöhnen, vielmehr dabei hilft, nach vorne zu blicken.

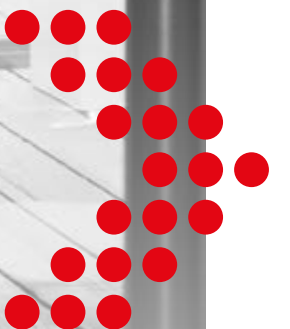
Am besten können Letzteres vor allem die beiden heutigen Inhaber Stefan und Herbert Holtgreife. Der eine, Stefan, hält das mit 135 Millionen Euro Umsatz gar nicht mal so kleine Speedboot auf Kurs, der andere, Vater Herbert, gründete das Unterneh-

men gemeinsam mit Heinz-Theo Ebbert damals noch im Sauerland. Beide Holtgreifes wissen heute: Machen hilft. Das galt schon in der Coronazeit, als die Anfragen die Kapazitätsgrenzen übersprangen und man doch schnell am Start sein musste, um all diejenigen, die es sich jetzt plötzlich noch netter, noch schöner daheim machen wollten, einzufangen. Dabei geht es – beim Kunden wie bei Solarlux – um Glas am Bau in seiner edelsten Form, ganz gleich ob als riesiges cero Schiebeelement, als Glasfaltwand oder direkt als Wintergarten – als vollwertigen Wohnraum nämlich. Doch, man könne, man dürfe da ruhig von Luxus sprechen, auch wenn das kaum jemand gerne hört, gerne ausspricht, der im Bausegment arbeitet, wo eigentlich jeder Euro gewendet, gedreht und wieder zurück in die Tasche gesteckt, ehe er dann doch ausgegeben wird. Ein entsprechendes Angebot für mehr Transparenz und Licht gäbe es für jeden Kunden – egal, ob „bezahlbarer Wohnraum“ für die Wohnungswirtschaft, von dem die Bundesregierung gerne spricht, oder auch für die Bauherinnen und Bauherren im Landkreis und in der Region.

Solarlux findet seine Kunden überall. Mal im Direktvertrieb rund um den Meller Kirchturm, dann im Partnernetzwerk, über den normalen Bauelementehandel, über die Wohnungswirtschaft und auch im Architektenvertrieb, den sie hier lieber Beratung nennen, denn bei Solarlux wird bei Auftragserteilung nicht ins Regal gegriffen, verpackt und verkauft, sondern immer individuell produziert. Fluch und Segen zugleich. Sagt Matthias Fuchs,

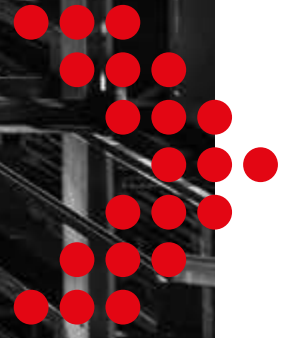


Der USA-Partner baut VIP-Kabinen für Fußballstadien. Warum dann nicht den Showroom in Melle auch zum Fußballstadion umbauen?





Sieht irgendwie nicht nach chaotischer Lagerhaltung, sondern sehr gut sortiert aus: Das Hochregallager bei Solarlux in Melle.



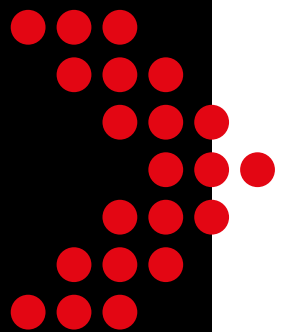


*Darf es etwas mehr Luxus sein?
Dieser Wintergarten erfüllt
auch allerhöchste Ansprüche.*

denn so sei es ein täglicher Fight um die Kunden, niemand von denen hat Solarlux-Produkte am Lager, alles wird individuell gefertigt in einer Produktion, die den Besucher die Augen reiben lässt. Wer von New Work träumt, gerät hier ins Schwärmen. Aufgeräumter, reduzierter, stylischer geht es kaum. Wo hier Profile, Glas und vor allem jede Menge Know-how miteinander verschmolzen werden, würde manch ein Verwaltungsmensch gerne arbeiten. Das Licht flutet über Decken-, durch große Panoramafenster in die Produktionshallen – wenn jemand weiß, wie sich Licht auf die Seele, auf die eigene Lebensfreude auswirkt, dann der, der damit wirbt, dass man sich mit den eigenen Produkten ein Stück Natur in die eigenen, die gläsernen Wände holen könne.

Dabei ist es nicht die Emotionalität, die die Primärkunden, die Partner, den Handel überzeugt. Sondern eher die Technik. Wenn Matthias Fuchs von 1,6 Tonnen schweren cero Fensterelementen erzählt, die fast nur aus einer einzigen „Scheibe“ 3-fach-Glas bestehen und einem „Nichts“ aus filigranstem Aluminiumprofil drumherum, die sich bewegen, schieben lassen, wenn er berichtet, dass Solarlux das einzige Unternehmen ist, dessen Wintergärten förderfähig sind, von Glasfaltwänden schwärmt, die die anspruchsvolle Einbruchswiderstandsklasse drei erfüllen, dann ahnt man, dass der technikaffine Kunde auf der anderen Seite in Verhandlungen, bei Anfragen schnell nickt. Ingenieurskunst zieht immer.

Der Endverbraucher erfreut sich dagegen noch mehr an der Vorstellung, drinnen zu sitzen und doch draußen zu sein. Matthias Fuchs spricht von Outdoor, weil es sich eben nicht um Glaselemente für den Innenbereich handelt. Der Endkunde aber gewinnt an Wohnfläche, quasi an Indoorraum und fühlt sich bei all dem Licht doch so, als säße er draußen. Jetzt, wenn es so langsam Frühling wird, erinnern sich vor allem Hauseigentümer daran, dass es doch schön sei, drinnen zu sitzen und doch große Faltwände aufzuschieben, sich wie draußen sitzend zu fühlen. Folgerichtig gehen die Auftragseingänge bei Solarlux auch saisonal bedingt im Oktober, November zurück, ehe der Frühling wieder die Bücher füllt, aus denen in den dunklen Monaten abgearbeitet wird. All das: normal für die Branche. Nicht normal sei dagegen das, was die Branche gerade an Gegenwind spüre. Erklärt der Marketingleiter und berichtet von der Verunsicherung der Endkunden, die sich eben nicht mehr gönnen, sondern vor allem eins tun: das Geld zusammenhalten. Kein Wunder also, dass einige der rund 800 Mitarbeitenden bei Solarlux gerade teilweise in Kurzarbeit arbeiten, dass mittags durchgefegt wird, wenn gerade keine Aufträge da sind, die abgearbeitet werden wollen. Wenn die Sonne scheint, wenn man die Nase in Sonne und Wind hält, dann ändert sich das wieder. Ist sich nicht nur die Marketingabteilung sicher. Auch die Kollegen aus dem Vertrieb, die Inhaber sehen das so und stellen sich



„Bildung, die sich anpasst“

vhs
im
Kreis
Herford

Für individuelle Lernziele bieten wir maßgeschneiderte Schulungen für ● Einzelpersonen ● Gruppen ● Firmen ● Verwaltungen ● u. s. w.

Inhouse oder in unseren Räumlichkeiten, am Vor-, Nachmittag, am Abend oder am Wochenende. Wir planen gezielt nach Ihrem Bedarf.

Sprechen Sie uns an!

Sie entscheiden!
■ was ■ wann ■ wo

**FLEXIBEL
INDIVIDUELL**

vhs.link/individuell



05221 5905-0
info@vhsimkreisherford.de



Stöhnen? Oder lieber machen? Die Frage stellt sich für Solarlux, für Marketingleiter Matthias Fuchs nicht.

hoch5.com

AQUA FUN
Freizeitbad Kirchlengern

**AB INS
FREIBAD**

**AM 11. MAI STARTET
DIE FREIBAD-SAISON**

**AB 10 UHR
ANSCHWIMMEN
DER DLRG!**

aquafun-kirchlengern.de

[aquafun_kirchlengern](https://www.instagram.com/aquafun_kirchlengern)
[aquafunkirchlengern](https://www.facebook.com/aquafunkirchlengern)

darauf ein, dass es dann doch nicht so dicke kommt, wie es gerade in der Presse zu lesen ist.

Damit das so ist, pulsiert es in der Marketingabteilung, wird den Händlern mundgerecht serviert, was nur noch ausgespielt, gedruckt, vermailt, an den Point of Sale gebracht werden muss. All das in einem Tempo, mit einer Schlagzahl, die den ein oder anderen neuen Kollegen schon mal erschreckt. „Das, was wir hier in den ersten beiden Monaten dieses Jahres allein an Händlerveranstaltungen, einschließlich Verkaufsförderung, und verbundenen Kampagnen auf die Beine gestellt haben, findet bei manch anderem nicht über das gesamte Jahr hinweg statt.“ Ist sich Fuchs sicher und weiß, dass dieses Tempo das ist, was gefordert ist – und die Firma auszeichne. Wie fordernd all das sein kann, erlebte er selbst und in seinen ersten Tagen bei Solarlux. Natürlich kommt man da mit vielen Ideen, mit Ansätzen und Projekten, die man sich vorstellen kann. Erzählt Matthias Fuchs und hat das damals auch seinem neuen Chef erzählt. Der antwortete ganz pragmatisch: „Dann sieh' mal gleich zu, dass du das auch alles umgesetzt bekommst!“ Dieses eigenverantwortliche Machen wird hier eingefordert und eröffnet Freiräume und Perspektiven für jeden einzelnen – hinsetzen und jammern, das gibt es hier nicht. Inkludiert: Eine entsprechende Kommunikations-, Team- und Fehlerkultur.

Also setzt das Unternehmen jetzt, wo der Neubaumotor stottert, auf modulares Bauen und serielles Sanieren, auf diejenigen, die sich von der Sonne nicht direkt nach draußen, aber schon raus aus den Beton-, hin zu den Glasfaltwänden oder Ganzglassystemen auf den Balkon – gerne auch im Mehrgeschoss-Wohnbau – locken lassen. Man dürfe deshalb durchaus von einem verhaltenen Optimismus sprechen.

Und irgendwie wirkt all das hier plötzlich doch nicht mehr wie ein Besprechungsraum mit überdimensionaler Fensterfront, sondern wie eine Loge beim Fußball. Die sie bei Solarlux gemeinsam mit der darunterliegenden Tribüne tatsächlich bei Großereignissen nutzen, um alle gemeinsam Sport auf einer riesigen Leinwand zu schauen. Zur echten VIP-Lounge wird sie, wenn der langjährige Kooperationspartner in den USA sie in zahllosen Footballstadien in ganz Amerika einbaut. Und vor allem sorgt sie für eins: Für Überblick. Und Abstand. Du kannst dich verrückt machen oder besser: machen lassen. Oder dich einfach mal von hier aus umschaun, den Blick durch unsere Ausstellung schweifen lassen. Sagt Matthias Fuchs. Das beeindruckt doch. Das will man doch haben, spüren, erleben. Da wird mir nicht bange. ☺

ZEITLOS



Eine Rolex?
Bekommst du an jeder Ecke.
Ohne sicher zu sein, dass es kein Plagiat ist.
Eine echte Rolex?
Bekommst du so gut wie nirgendwo.

Ein Gespräch mit einem, der sich seit 30 Jahren mit Rolex-Uhren beschäftigt, seit vielen Jahren mit seinem Unternehmen Venditio Uhren GmbH Vintageuhren vertreibt und weiß, wie man am besten in Uhren investiert. Und wie nicht.

Kai-Uwe Knoth aus Langenhagen bei Hannover kommt uns in unserer Agentur besuchen, Pferdeschwanz, Brille, Rimowa-Koffer voller Vintage-Uhren. Vor allem aber mit jeder Menge Antworten auf unsere Fragen rund um das Thema Uhren als Geldanlage.

Kai-Uwe, immer wieder liest man davon, dass man Luxusuhren zwar im Geschäft anschauen, aber nicht kaufen kann. Die Preise scheinen immer weiter zu steigen, scheinbar alles an Modellen ist gesucht. Ist das ein Hype, der immer so weitergeht und ein Investment, für das man sich interessieren sollte?

Kai-Uwe Knoth: Diesen Hype gibt es vor allem auf aktuell verfügbare Rolex-Modelle, hier ist er am ausgeprägtesten. Wir sprechen hier teil- und zeitweise von bis zu vierfachen Listenpreisen, von Lieferzeiten, die schnell mal die Fünf-Jahres-Grenze überschreiten können. Das ist jetzt schon ein paar Jahre so – und da ist eine Besserung eher nicht in Sicht.

Trotzdem sehe ich in der Auslage an Flughäfen, bei Händlern in Großstädten immer wieder die gesuchten Modelle. Kann ich nicht einfach die kaufen?

KUK: Nein, da steht häufig das Schild „For display only“ an den Uhren. Die Händler sind natürlich gehalten, die gängigen Modelle vorzuhalten. Gleichzeitig gilt da der Grundsatz: Anschauen und anfassen ja – direkt kaufen, mitnehmen nein. Am Ende wird man bei Kaufinteresse auf eine Wunschliste gesetzt und es kann eben Jahre dauern, bis sich der Händler meldet und ausgeliefert wird.

Ist denn dann wenigstens der Preis fix?

KUK: Wie man es nimmt (lacht). Fix ist der Preis, der zum Zeitpunkt der Auslieferung, nicht der Bestellung gilt.

Man bestellt also eine Uhr, ohne genau zu wissen, wann sie kommt und was sie dann, wenn sie kommt, kostet?

KUK: Ja, genau. Wenn man dann noch weiß, dass etwa Rolex in den vergangenen Jahren die Preise immer um rund zehn Prozent pro Jahr erhöht hat, dann ahnt man, was hier passieren kann.

Und warum ist all das so?

KUK: Na, weil sie es können (lacht). Am Ende ist das auch der Grund, warum eine gebrauchte Rolex immer eine sichere Bank ist. Grundlage dieser Investition ist, dass die Gebrauchtpreise immer mit den Preissteigerungen bei den neuen Uhren mitgegangen sind. Die Sammler nehmen dann die guten Stücke weg, entziehen sie also dem Markt und so wird die Anzahl der Uhren, die es in gebrauchtem Zustand gibt, auch nicht mehr. So weiß ich als Käufer: Eine gebrauchte Rolex nimmt an Wert immer weiter zu.

Wir sprechen hier im Neu-Uhren-Bereich also von einer künstlichen Verknappung?

KUK: Ja, das ist so. Der Händler sagt: Sie müssen warten, oder sie kaufen noch für 10.000 Euro Schmuck oder andere, lieferbare Uhren anderer Fabrikate bei mir, dann kann ich Sie auf der Liste weiter nach oben schieben. Man erlebt da schon erstaunliche Dinge. Vielleicht hilft ein kleines Beispiel: Als die Rolex GMT Master in der Variante „Sprite“ rauskam – fast alle Modelle und Varianten haben solche Spitznamen –, kostete sie laut Liste rund 10.000 Euro. Verkauft habe ich sie nagelneu einem Profifußballer, der nicht warten wollte – für 46.000 Euro. Das war der Wert am Markt, entweder man musste warten oder das gut Vierfache bezahlen. Heute würde man die Uhr für 17.000 Euro bekommen. Also immer noch deutlich über Liste, aber nicht mehr so gehypt.

Und hat sich daran bis heute etwas geändert?

KUK: An den Preisen, an den Mechaniken im Markt eher nicht. Was sich geändert hat ist, dass nicht jeder mehr mitspielt, dass es nicht mehr so viele gibt, die plötzlich



KUNSTSTOFF IST MEHR ALS PLASTIK!

Die Gebr. DOLLE GmbH betreibt an vier Standorten ein leistungsfähiges Großhandelshaus für Kunststoffe und beliefert Unternehmen aus den Bereichen Bau, Industrie und Werbung. Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir für unsere Niederlassung in Kirchlegern zum nächstmöglichen Zeitpunkt, zunächst befristet bis zum 31.10.2024 aber mit der Option auf eine Festanstellung

Fachkraft Lagerlogistik (m/w/d)

Standort: Kirchlegern

Ihre Aufgaben:

- > Be- und Entladen von Fahrzeugen aller Art mit Stapler
- > Einlagerung von Waren mit Stapler
- > Kommissionierung von Waren
- > Buchung von Warenbewegungen im EDV-System
- > Sägen von Kunststoffhalbzeugen an Plattensägen

Ihr Profil:

- > Eine abgeschlossene Berufsausbildung im Bereich Lager / Logistik ist von Vorteil.
- > Sie sind erfahren im Umgang mit Flurförderfahrzeugen und besitzen einen Staplerschein.
- > PC-Kenntnisse sind vorhanden.
- > Teamfähigkeit, Kontaktfreudigkeit, kundenorientiertes Denken und ein hohes Maß an Engagement zeichnen Sie aus.

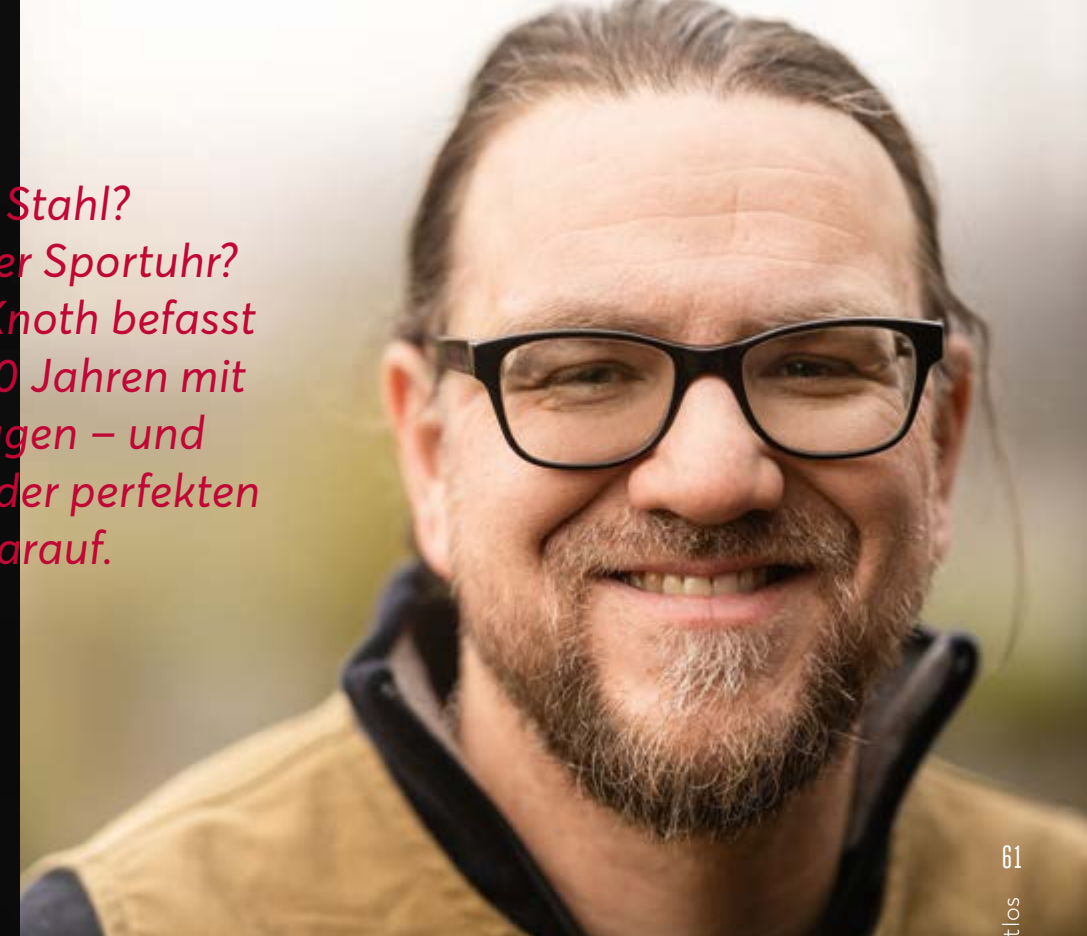
Kontakt:

Karsten Reuter
Gebr. DOLLE GmbH
Elsestraße 210
32278 Kirchlegern
kreuter@dolle.de

Wir bieten Ihnen:

- > eine verantwortungsvolle Position mit abwechslungsreichen Aufgaben in einem tollen Team
- > eine Vollzeitstelle mit leistungsgerechtem Gehalt
- > Arbeit in einem familiengeführten Unternehmen mit kurzen Entscheidungswegen
- > Erholungsbeihilfe
- > Betriebliche Altersvorsorge
- > Kostenlose Getränke

*Gold oder Stahl?
Luxus- oder Sportuhr?
Kai-Uwe Knoth befasst
sich seit 30 Jahren mit
diesen Fragen – und
vor allem der perfekten
Antwort darauf.*



in den Handel mit einsteigen. Da gibt es viele Stolpersteine, die das Ganze dann doch nicht so einfach machen, wie es anfangs erscheint und sich viele vorgestellt haben.

Das heißt, eine Rolex wird immer teurer. Aber wird sie eigentlich auch seltener?

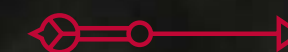
KUK: Rolex ist eine Firma, die keinerlei Zahlen veröffentlichten muss – und das dann auch nicht tut. Experten sind sich aber einig, dass sie Millionen Uhren im Jahr auf den Markt bringt. So richtig exklusiv ist eine Rolex also nicht. Es ist schon ein Marketingkunststück, ein Massenprodukt so zu verknappen und solche Begehrlichkeiten zu wecken. Das ist auch der Grund, warum ich bei einem Investmentgedanken zu guten, ausgewählten Vintageuhren rate. Also mit Papieren, mit Originalverpackung, weil diese Uhren einfach nicht mehr werden und auf jeden Fall den Wert erhalten. Bei einer nagelneuen Rolex Submariner etwa weißt du nicht, ob sie nicht noch zehn Jahre lang genauso produziert wird, also noch Millionen weitere Submariner auf den Markt kommen. Da ist es schwer vorstellbar, dass ich gerade dann, wenn ich über Listenpreis eingekauft habe, einen echten Gewinn erzielen kann.

Auf der anderen Seite weiß ich, dass ich, wenn ich beim Rolex-Konzessionär kaufe, auch eine echte Rolex bekomme. Im Vintage-Bereich gibt es da auch immer wieder Nachrichten über Enttäuschungen und Betrug. Wie kann ich mich davor am besten schützen?

KUK: Da gibt es sicherlich ein gewisses Risiko – aber eben auch Mechanismen, die das verhindern. Die Regel ist „Buy the Seller“, also kauf bei einem vertrauenswürdigen Händler über einen seriösen Marktplatz. Chrono24 ist zum Beispiel ein seriöser Online-Marktplatz, bei dem vor allem Händler verkaufen, bei dem der Trusted Checkout angeboten wird. Das heißt, das Geld wird von Chrono24 erst einmal einbehalten, der Kunde hat 14 Tage lang Zeit, die Uhr zu checken, sie im Zweifel auch etwa bei Rolex oder einem Händler begutachten zu lassen. Erst dann wird das Geld an den Händler ausgezahlt. Das sorgt schon für eine sehr große Sicherheit.

Und was sagt ein Rolex-Händler, wenn ich mit einer gebrauchten und nicht bei ihm gekauften Vintage-Uhr bei ihm reinkomme und nach einer Begutachtung frage?

KUK: Der winkt meist ab. Ich empfehle da eher einen anderen Weg: Wenn man sagt, dass irgendetwas mit der Gangreserve, mit der Zeit nicht funktioniert, man also eine maximal fünf Jahre alte Rolex gekauft hat



und seinen Garantieanspruch nutzt, dann muss der Händler die Uhr unter die Lupe nehmen. Einziges Risiko: Ist sie nicht echt, dann wird er das direkt merken und dir nur eine Bescheinigung mitgeben, dass er eine Fake-Uhr aus dem Verkehr gezogen hat. Du gehst dann also mit nichts nach Hause. Das ist am Ende der Grund, warum viele Käufer ihre Uhr dann doch nicht begutachten lassen.

Was sagt denn Rolex selbst zu diesen ganzen Praktiken?

KUK: Die wollen sich das Geschäft nicht entgehen lassen und haben deshalb die Certified-Pre-Owned-Sparte gegründet. Hier werden die Vintage-Uhren frisch überholt, es gibt neue Papiere, eine neue Box. Da kann man sich sicher sein, dass auch die allerletzte, winzigste Schraube ein Rolex-Original ist.

Und ist das dann noch vintage?

KUK: Darüber kann man bei einem guten Bier abendfüllend streiten. Es gibt die, die sagen: Das ist doch perfekt, jetzt habe ich eine fast neue Rolex. Und es gibt die, die sagen: Die Uhr hat doch gelebt, die muss doch eine Patina haben, der sollte man doch auch ihr Alter – in Maßen – ansehen. Und natürlich wurde da mal das Armband getauscht, vielleicht auch ein Zeiger ersetzt. Man will ja eigentlich keine nagelneue Uhr kaufen. Aber wie gesagt, das ist reine Geschmackssache. Am Ende sollte man es so sehen: Man sollte da und das kaufen, womit man sich am wohlsten fühlt. Und wenn es dann doch eine nagelneue Uhr sein soll, dann einfach kaufen, tragen und nicht nach fünf Jahren denken, dass man sie mit großem Gewinn – gerade, wenn man über Liste eingekauft hat – wieder veräußern kann.

Wie sieht es mit anderen Uhrenmarken aus; was ist da als Investment zu empfehlen?

KUK: Rolex ist immer noch eine der, wenn nicht die feste, harte Währung im Uhrenbereich. Ähnlich wie eine Patek Philippe in anderer Preisklasse, alles andere fällt da aus Investmentsicht deutlich ab.

Dabei galt – und gilt vielleicht heute auch noch – eine Rolex-Uhr eher als eine, die aufträgt, die auch in gewissen Milieus gerne getragen wird.

KUK: Eigentlich war es früher ganz anders. Der Markenkern von Rolex war immer so, dass man mit ihr sehr hohe Qualität und sehr freundliche Wartungsintervalle gekauft hat. Als ich früher gefragt wurde: Warum denn eine Rolex?, habe ich immer geantwortet: Wenn aus Saigon nur noch ein letzter Flug rausgeht, dann nimmt mich der Pilot mit, wenn ich ihm meine Rolex GMT Master in die Hand drücke. Das ist einfach eine weltweit anerkannte Währung, die zählt. Dieses Ludenimage kam eher durch die goldenen Rolex-Uhren, etwa das Day Date-Modell, möglichst

noch mit Diamanten besetzt. Die ist natürlich deutlich drüber. Wer dieses Image nicht will, der trägt besser ein Vintagemodell; am besten eines, das man 1990 zum Abitur geschenkt bekommen haben könnte. So eine Geschichte hilft dabei, wenn man gefragt wird, wie man denn auf die Idee komme, so eine Uhr zu tragen. Auch hier vielleicht ein Beispiel: Bundespräsident Christian Wulff geriet vor Jahren in die Kritik – vor allem durch die BILD-Zeitung –, weil er eine Rolex Daytona mit Handaufzug trug, mit einem Wert von vielleicht 25.000 Euro. Die Headline war damals: Wie kann der Bundespräsident so eine teure Uhr tragen und besitzen? Es war aber ganz anders. Zum Examen hatte sich der Vater von Christian Wulff dazu entschieden, seinem Sohn eine Uhr zu schenken – das war in den 90er Jahren. Das war gerade in dem Moment, als die Daytona erstmals als Automatik-Variante herausgebracht wurde. Niemand wollte damals eine Daytona mit Handaufzug kaufen – außer Papa Wulff. Der machte mit 1.800 Mark damals ein echtes Schnäppchen und ein sehr gutes Investment. Die Uhr ist später teilweise bis auf 70.000 Euro hochgegangen, aber sollte man das wirklich anprangern? Da gibt es wirklich seltsame Sichtweisen und eine denkwürdige Neidkultur.

Ist es denn – für das Invest und die Vintage-Uhren selbst – wichtig, dass die Uhren auch getragen werden?

KUK: Die kann man einfach und gut weglegen. Auch da scheiden sich die Geister und Expertenmeinungen. Es gibt die, die sagen, dass der Verschleiß viel größer ist, wenn Uhren getragen oder auf einem Beweger in Bewegung gehalten werden. Und es gibt andere, die warnen davor, dass bei Nichtnutzung ein Verharzen eintritt. Ich habe mal eine Rolex in den Händen gehalten, die 30 Jahre lang keinen Uhrmacher gesehen hatte. Da ging vieles schwierig – aber sie lief.

Und kann denn jeder Uhrmacher eine solche Revision übernehmen?

KUK: Nein, Rolex gibt – fast selbstverständlich – die Teile dazu nicht raus. Und macht das auch lieber selbst. Dann verkaufen sie gerne noch neue Zeiger, ein neues Ziffernblatt gleich mit. Früher wurde ja auf den Zeigern Leuchtmasse eingesetzt, die teilweise radioaktiv war. Das wollen sie gerne vom Markt haben. Als Vintagefan fragt man sich aber: Gehört das nicht zu der alten Uhr, macht das nicht den Reiz aus? Wichtiger ist es da schon, dass die Dichtungen getauscht werden – das sollte man schon machen lassen. Bei den Zeigern darauf achten: Wenn die Leuchtmasse rausbröselt, tauschen lassen. Wenn sie durch das Datumsfenster ins Uhrwerk gelangt, kann es schwere Schäden geben. So etwas kann sehr teuer werden.

Du hast gleich einen ganzen Koffer an Uhren mitgebracht. Sind bei dir alle verkäuflich, oder hast du auch welche, die du nicht hergibst, die wirklich dir gehören und bei dir bleiben?

KUK: Es gibt genau zwei, die ich nicht hergeben würde und werde. Bei der einen ist die Geschichte dazu etwas länger. Getauscht habe ich die beim Pfandleiher in Hannover, da war ich gerade mal 20 Jahre alt. Ich hatte eine Breitling, wollte aber diese Rolex GMT Master. Wir haben dann hin- und hergekungelt und am Ende war der Deal perfekt, ich hatte meine erste Sportrolex. Als dann mein Audi V8 kaputtging – da war so ein Rasselgeräusch – hat der Mann in der Werkstatt gesagt: macht 100 Mark. Was er nicht gesagt hat: pro Hydrostößel – und davon hat der Audi 32 Stück. Die 3.200 Mark hatte ich damals nicht und so behielt der Händler den Audi-Schlüssel ein. Also habe ich direkt meine Rolex verkauft, für 1.800 Mark an einen Freund, um ihn zusammen mit dem restlichen Ersparthen auslösen zu können. Ein paar Stunden später war ich bei meinem Freund Massimo im Eiscafé und der trug tatsächlich meine Uhr. Innerhalb von ein paar Stunden war die Uhr gleich zwei Mal, jeweils mit 100 Mark Aufschlag, verkauft worden. Diese Uhr wollte ich immer wieder zurückhaben, aber der wollte sie nicht mehr hergeben.

Irgendwann bin ich dann – Jahre später – mit meiner Frau in einen Streit geraten. Ich meinte, ich müsse mehr Geld verdienen, mehr arbeiten, sie war der Meinung, ich sollte doch einfach weniger Geld ausgeben. Meine Frau sagte: „Du hast doch wirklich alles.“ Ich war mir sicher: „Nein, habe ich nicht.“ Es fehlte mir ja vor allem eins: die Rolex von damals. Meine Frau fragte dann nur: „Und dann hast du wirklich alles?“ Ich nickte. Sie hat meinen Freund Massimo angerufen und die beiden haben genau dieses Modell – es war ein seltenes, sogenanntes Zwischenmodell – bei einem Händler in Hamburg gekauft. Das habe ich dann zu Weihnachten mit den Worten: dann machen wir jetzt mal deinen Ebay-Account dicht, geschenkt bekommen. 4.600 Euro hat sie damals für die Uhr bezahlt, 15.000 Euro ist sie heute wert. Die habe ich immer noch – so wie auch einen neuen Ebay-Account. Beides würde ich nie mehr hergeben. Und dann ist da noch eine Rolex Day-Date in Weißgold, ein echtes Ludenmodell. Die sieht aus wie eine Stahluhr, dazu gibt es keine Kiste, keine Papiere. Verkaufen kann man die wohl eh nicht, aber sie ist mir irgendwie ans Herz gewachsen.

Wenn du heute eine Uhr ankaufst, was passiert dann mit ihr?

KUK: Dann wandert die immer zum Uhrmacher meines Vertrauens. Ich habe auch deshalb einen zertifizierten grünen Haken bei Chrono24, weil jede Uhr, die bei mir

reinkommt, so einen Check&Clean-Service erhält. Der Supergau wäre ja für mich, wenn jemand bei mir eine Uhr kauft, damit zu Rolex rennt, die natürlich immer Interesse daran haben, eine Revision zu verkaufen und ich dann auf den Kosten sitzenbleibe. Also mache ich das vorab selbst. Da gibt es mindestens einen Tropfen Öl, eine Justage, meist aber mehr.

Und wenn die Uhr dann verkauft wird, kannst du so etwas ernsthaft verschicken?

KUK: Ja, das ist mit speziellem Wertversand möglich. Natürlich gibt es auch die, die nach Absprache vorbeikommen, denn die Uhren lagern in der Bank. Aber das meiste geht doch über den Versand. Oberhalb von 20.000 Euro komme ich vorbei, passe die Uhr an, plaudere ein wenig. So kommt man ins Gespräch, so lerne ich auch, was die Kunden sonst so suchen. Das merke ich mir und schicke dann, wenn ich das Passende habe, einen kleinen Reminder.

Hast du auch mal komplett danebengelegen?

KUK: Leider ja. Mir wurde eine Patek Philippe Nautilus in Vollgold angeboten, da lag der Straßenpreis bei 100.000 Euro, ich konnte bei 70.000 Euro zuschnappen. Die habe ich dann in der Patek Philippe Boutique in Hamburg abgegeben und hatte nicht damit gerechnet, dass die notwendige Revision acht Monate dauern würde. In der Zeit sind die Preise extrem in den Keller gegangen, zwischenzeitlich bis auf unter 50.000 Euro runter. Ich habe sie immer noch, jetzt geht sie für 61.000 Euro weg. Da habe ich einiges verloren, mich verzockt. Das kommt auch mal vor.

Und hast du dir jemals eine neue Uhr zum Selbsttragen gekauft?

KUK: Nein. Oder (überlegt) – doch. Eine Swatch-Moonwatch. Die habe ich aber am gleichen Tag wieder, quasi direkt vom Unterarm, mit einem Aufschlag von 100 Euro weiterverkauft – ohne zu überlegen. ☹

DER GRÜNE ZEH

Du kannst einen Achtzylinder fahren und dich gegen die E-Mobilität entscheiden, wenn du morgens im Internet abfragst, wie gestern eigentlich der Strom in Deutschland gewonnen wurde. Und das sogar mit gutem Gewissen. Also das Abfragen. Und das Achtzylinderfahren. Denn wenn der Wind nicht weht, wenn die Sonne kaum scheint, dann wird dein E-Auto durch Strom gespeist, der durch Braunkohle- und Gaskraftwerke erzeugt wurde. Nun scheint die Sonne gefühlt schon lange nicht mehr, pfeift der Wind selten wie an der Küste und schwingt sich Deutschland so langsam zum größten Kohlestromerzeuger Europas auf – was einer eher zweifelhaften Spitzenposition nachkommt. Nehmen wir einfach einen x-beliebigen Tag, etwa den 15. Februar dieses Jahres. Unser Strom kommt da zu 31 Prozent aus der Windenergie, zu 30 Prozent aus der Kohle, zu 14 Prozent aus Erdgas. Selbst

die Biomasse liegt mit 10 Prozent noch vor dem mageren 7-Prozent-Anteil der Sonne als Energieträger.

DAS IST ERNÜCHTERND

Aber es ist ja auch Winter, da ist dieses Grau-in-Grau, das sich gefühlt seit einem guten halben Jahr vor die Sonne schiebt. All das also nur eine Momentaufnahme, kein Grund, sich nicht mit dem Thema CO₂-Fußabdruck im Allgemeinen als Unternehmen zu beschäftigen. Gebäude stehen genug zur Verfügung, ein Termin mit einem Fachbetrieb ist schnell gemacht – dachten wir. Aber es war ganz anders. Der Erste, den wir anriefen, kam

erst gar nicht. Der Zweite, den wir fragten, stellte eine so abstruse Rechnung mit Sonnen- und Verbrauchsenergie auf, dass er am Ende erst gar keinen Kostenvoranschlag schickte. So kam es uns zumindest vor. Fachbetrieb drei schickte einen Vertriebler, der sich selbst nicht sicher war, ob denn nun ein Speicher eine sinnvolle Investition sei oder nicht. Betrieb vier kam und meldete sich nie zurück. Erst beim fünften Versuch wurden wir fündig und handelseinig. 21 Kilowattpeak sollten montiert, 17 Kilowattstunden gespeichert werden können. Sechs Monate lang hörten wir nichts. Wirklich gar nichts. Dann der Anruf: wir kommen. Morgen. Am Ende dauerte es nur ein paar Tage, ein paar Stunden komplett ohne Strom, dann war alles installiert, ein Passwort erdacht, das ab sofort den Blick auf eine App freigibt, die nicht nur die produzierte Sonnenenergie misst, sondern auch den Wetterbericht mit einberechnet, erklärt, woher der Strom gerade kommt und wohin er – Verbrauch, Speicher, E-Auto – gerade geht.

Wer sich immer schon mal vorgenommen hat, sein Handy seltener zu nutzen, fühlt sich bestätigt: Das ist keine gute Idee. Weil ab sofort der Blick erst aus dem Fenster, dann auf die App fällt. Es scheint die Sonne? Dann müsste doch die Kasse klingeln. Sicher, wir reden über winzigste Beträge. Strom kostet gerade rund 30 Cent die Kilowattstunde im Einkauf – und schlappe 8 Cent im Verkauf. Von diesen Margen können viele nicht mal träumen. Die kühne Rechnung des Installateurs: Gut die Hälfte ihres Energiebedarfs sollten sie jetzt einsparen. Trotz zweier Wärmepumpen, trotz drei E-Autos. Wir staunen. Und warten – nicht wirklich geduldig. Denn die Sonne macht, was sie seit dem Spätsommer macht: sich verstecken. Aber das wird sich ändern. Und auf dem Handybildschirm anfühlen, als schaue man auf die Entwicklung des Bitcoins. Es wird aufwärts gehen. Mit jeder Sonnenstunde, mit jeder Minute, die die Sonne eher auf- und später untergeht.

Als Unternehmer, für ein Unternehmen ist all das natürlich nichts, mit dem man sich ernsthaft beschäftigen sollte. Das Ding wird installiert, dann

scheint die Sonne, dann geht das Jahr zu Ende und man schaut vielleicht einmal kurz auf die nüchternen, hoffentlich nicht ernüchternden Zahlen. Es wird sich schon rechnen – über die Jahre.

Aber natürlich bewirkt man mit solch einer Solaranlage nicht nur Wirtschaftliches. Sondern auch die Reduzierung des firmeneigenen CO₂-Fußabdrucks. Einer, der sich damit auskennt, ist Peter Frieß, Fachmann für das gesamte Gebiet der Nachhaltigkeit. Als Gründer und Gesellschafter des Unternehmens Fokus Zukunft betreut und berät er viele Unternehmen, die sich für ihren CO₂-Ausstoß und dessen mögliche Reduzierung und Kompensation interessieren. Als Laie denkt man bei unserer Tätigkeit, bei unserem Leistungsangebot natürlich erst einmal daran, dass bei uns die Schwerindustrie anklopft und fragt, wie sie ihren immensen CO₂-Ausstoß reduzieren kann. Aber das ist tatsächlich nicht weit genug gedacht. Heute ist das Thema Nachhaltigkeit eines, das nahezu alle Unternehmen umtreibt. Da ist es nicht ungewöhnlich, dass auch Dienstleister aller Branchen bei uns anklopfen. Sagt Frieß und man ahnt: vielleicht ist es gar keine schlechte Idee, sich mal dem Thema selbst zu nähern.

Wir stellen aktuell auch fest, dass viele Unternehmen gerade unter dem Eindruck der Energiekrise dem Thema sehr große Aufmerksamkeit widmen. Aber es gibt auch einen gewichtigen monetären Hintergrund. Wer heute im Bereich Nachhaltigkeit selbst Leistungen verkaufen möchte, der wird natürlich schnell von einem potenziellen Kunden gefragt: Wie halten Sie es mit dem Thema? Da wäre es peinlich, mit den Achseln zucken zu müssen. Es ist, denke ich, ein Mix aus alledem. Das Thema Nachhaltigkeit ist heute in aller Munde, da will man nicht als Unternehmen wie von gestern wirken. Gleichzeitig möchte niemand des Greenwashings bezichtigt werden. Sich professionelle Hilfe zu holen, ist nicht verkehrt. Sagt Frieß und fügt gleich an, wie eine solche Hilfe aussehen kann: Zuerst wird immer in Stufe eins der CO₂-Fußabdruck des Unternehmens errechnet. Dafür braucht es viele Fakten, viele Antworten auf unsere Fragen. Da ist viel

Raus aus dem Alltag, rein ins Schloss.

Besondere Momente erleben



SCHLOSS
OVELGÖNNE

Wir möchten...

- dass Sie Ihren Alltag ausblenden und sich voll auf Ihre Themen fokussieren können.
- dass Sie sich in Ruhe auf die Inhalte Ihrer Tagung vorbereiten können, das Drumherum regeln wir.
- dass Ihre Tagung in Erinnerung bleibt, dann bleiben es auch die Ergebnisse.
- dass Sie und Ihre Gäste sich bei uns wohlfühlen.
- dass Sie gerne wieder kommen.

Schenken Sie uns ihr Vertrauen und wir schenken Ihnen besondere Momente.

Das Wasserschloss Ovelgönne liegt in der ostwestfälischen Kurstadt Bad Oeynhausen nach den Autobahnen A2 und A30. Das 1740 erbaute und 2017 umfangreich modernisierte Herrenhaus bietet flexible Tagungsräume für 5 bis 300 Personen.

Ihr persönlicher Ansprechpartner:
Johannes Schweer
Geschäftsleiter
Tel. 05731 7561 592
js@schloss.nrw

Eidinghausener Str. 197
Bad Oeynhausen
www.schloss.nrw



SAVE THE DATE: Do. 06. Juni

UNTERNEHMERTAG OWL Eine Veranstaltung von
Netzwerk - Ideen - Zukunft
dhs K
Speaker: Paul Breitner, Knut Kircher, Slatco Sterzenbach



GRILBÜCHER VON HOCH5 UND KLAUS BREINIG

hoch5.com

FÜR KÖNNER
Wenn es mehr sein darf als Bratwurst

Der Klassiker
GRILLEN FÜR EINSTEIGER

Das grüne Grillbuch
WEIL
OFENKARTOFFELN
NICHT SATT MACHEN

NEU

JETZT BESTELLEN!
WIRGRILLEN.COM

Mitarbeit des Unternehmens gefragt und gefordert, ehe wir hier eine genaue Analyse bieten können.

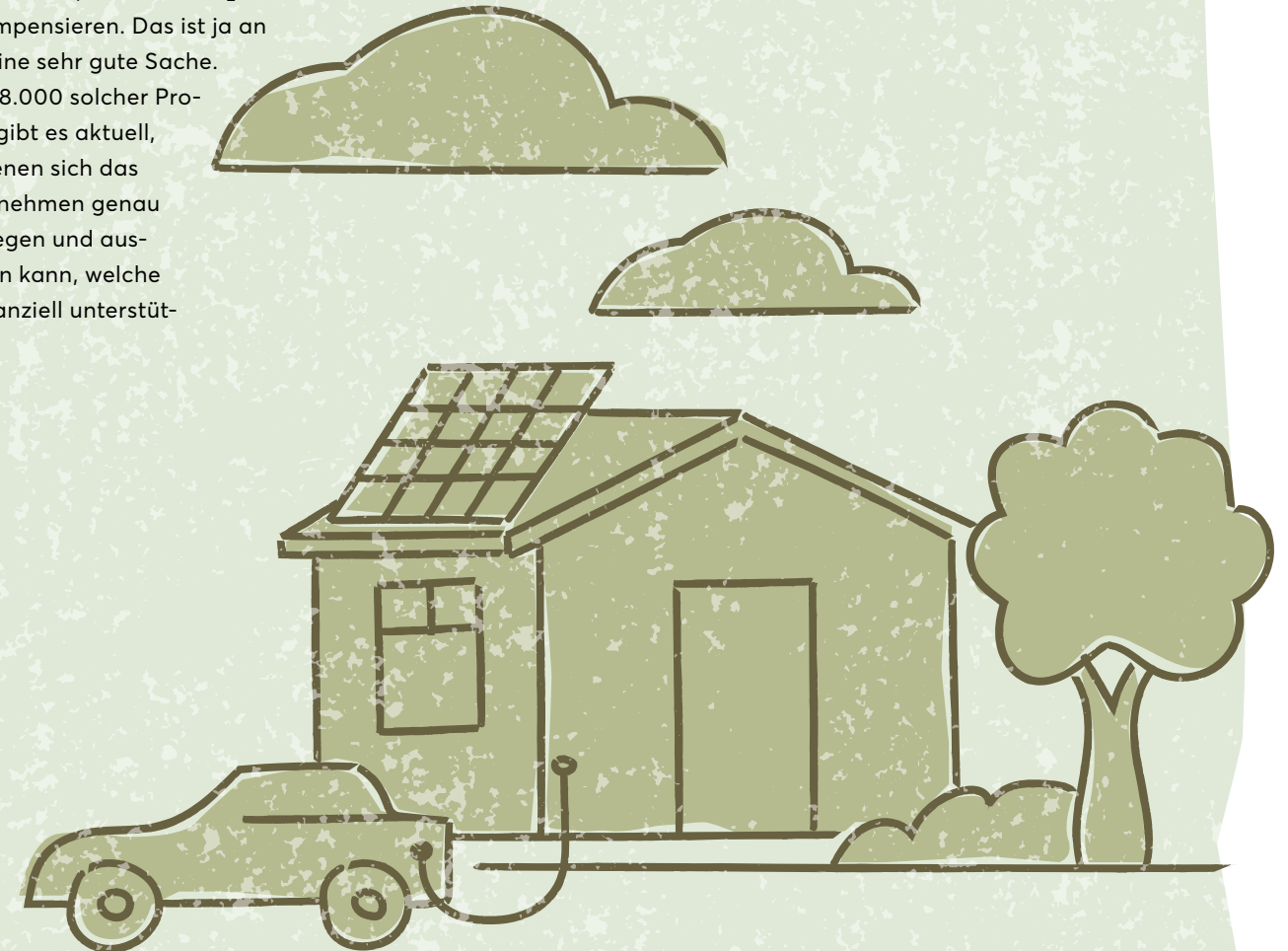
Wichtig zu wissen sei auch: Der CO₂-Fußabdruck ist immer eine Momentaufnahme, an der man stetig arbeiten muss. Und es geht bei einer Nachhaltigkeitsstrategie nicht darum, sich zurückzulehnen, sondern darum, immer besser zu werden. Die läuft meist zweigleisig, wenn das Ziel die Klimaneutralität des eigenen Unternehmens ist. Auf der einen Seite versucht man, seinen CO₂-Ausstoß – ganz gleich, wie gut und gering er schon ist – weiter zu reduzieren. Und andererseits kann man durch den Kauf von Klimazertifikaten den dann noch bestehenden Rest ausgleichen.

Klingt nach einer Art „Ablasshandel“? Könnte man meinen. Also direkt die Frage gestellt: Wie seriös und vertrauenswürdig sind solche Klimazertifikate? Peter Friß hat darauf eine eindeutige Meinung: Ich glaube, dass auch hier die landläufige Meinung und Wahrnehmung an der Realität vorbeigeht. Nach dem Klimaschutzabkommen von Kyoto ist es das erklärte Ziel, dass Unternehmen sich an nachhaltigen Projekten meist in der dritten Welt beteiligen können, um ihren CO₂-Ausstoß zu kompensieren. Das ist ja an sich eine sehr gute Sache. Rund 8.000 solcher Projekte gibt es aktuell, bei denen sich das Unternehmen genau überlegen und aus-suchen kann, welche es finanziell unterstüt-

zen will. Anbieter sind hier drei sehr renommierte Institutionen; die UN, der WWF Gold Standard und Verra. Alle Projekte werden ständig überprüft, da gibt es wirklich nur ein verschwindend geringes Restrisiko, das kaum messbar ist.

Und wie gelingt diese Auswahl? Auch da weiß der Fachmann weiter: Das ist natürlich sehr unterschiedlich. Wir raten dazu, sich unterschiedliche Fragen zu stellen. Was möchte ich unterstützen? Also eher Regenwald erhalten oder etwa Mülldeponiegase auffangen? Da gibt es wirklich vielfältigste Möglichkeiten und Angebote. Gleichzeitig sollte man sich fragen, wo man geografisch sein Geld einsetzen möchte. Auch da können wir beratend zur Seite stehen, am Ende entscheidet natürlich das Unternehmen.

Am Schluss steht eins fest: Es gibt viel zu tun, wenn es um die Nachhaltigkeit des eigenen unternehmerischen Tuns geht. Was aber noch viel besser ist: Es bereitet sogar Freude. Draußen scheint gerade wieder die Sonne. Direkt auf unsere PV-Anlage. Kurzer Blick aufs Handy, auf die App. Und dann einfach nur lächeln. ☺



Vorschau

Es hat dir gefallen, was du da auf den Seiten vor dieser gelesen hast? Bestens. Es hat dir nicht gefallen, was du da auf den Seiten vor dieser gelesen hast? Dann schreib uns. Und wir schreiben über dich. Wenn du magst. Wobei du uns natürlich auch gerne schreiben kannst, wie sehr und was genau dir an unserem Magazin gefällt. So oder so: wir lesen, beantworten und drucken es sogar gerne ab – in unserer kommenden Ausgabe, aus der die Sonne nur so herausscheinen wird. Im Juli ist es so weit, du kannst dir dann das eingerollte Badehandtuch unter den Arm klemmen, die Sonnenbrille auf die sommerbesprossene Nase setzen, auf der Sonnenliege Platz nehmen und unsere neuste, dann 36. Ausgabe unseres 528+ Magazins aufschlagen. Wenn das keine sommerlichen Aussichten sind ...

Ein Magazin, das mal für die Stadt Bünde gedacht war, dann, schon vor Ausgabe No1, zur IWKH wanderte und jetzt gerade auf dem Weg ist, noch größere Kreise zu ziehen. Auch ein Magazin, das keinem wirtschaftlichen Zweck folgt, bei dem es keinen Controller gibt, der meint, dass die Papierqualität doch nun wirklich nicht sein müsse und Klammerbindung viel besser zum Taschenrechner als die kostspielige Klebebindung passe. Eben auch ein Magazin, bei dem man nicht reinkommt, weil man will. Sondern nur, wenn wir wollen. Ein Magazin also, das auf dem Lust-und-Laune-Prinzip basiert. Darauf fußt heute ja eh viel zu wenig. Deshalb ist es gut und wichtig, dass es dieses Magazin gibt.

Tobias Heyer: Creative Direction, Text, Fotografie

Alexander Bachor: Art Direction, Bildretusche

Anne Lüneburg: Termin-Koordination, Lektorat

IMPRESSUM

Herausgeber:

HOCH5 Verlags GmbH & Co. KG
Zum Stellwerk 10 | 32257 Bünde
hoch5-verlag.com

V.i.S.d.P.: Tobias Heyer

Konzept, Redaktion, Art Direction, Illustrationen und Texte:

HOCH5 GmbH & Co. KG
Zum Stellwerk 10 | 32257 Bünde
info@hoch5.com
hoch5.com

Medienberatung:

Anita Hanke
+49 5223 493 90 18
+49 170 55 296 86
hanke@hoch5.com

Grit Schewe
+49 5223 493 90 18
+49 173 295 59 25
schewe@hoch5.com

Als HOCH5-Team sind wir nicht nur für die Texte, Fotos und das Design des 528+ Magazins verantwortlich. Als Werbeagentur kümmern wir uns auch um Corporate Designs, Websites, Webshops, weitere Magazine, Kampagnen und noch vieles mehr – und das für die unterschiedlichsten regionalen und überregionalen Kunden. Was wir noch alles können? Erfahrt ihr hier: hoch5.com



Tim Christian Grankin
Web-Entwicklung

Marcel Spahn
Finanzen

Vivian Luks
Grafikdesign

Ajhana Beck
Grafikdesign

Patrick Vögele
Web-Entwicklung

Katharina Hoffmann
Bildbearbeitung

Tobias Heyer
Geschäftsführung

Karen Cuthbert
Grafikdesign

Julie Pitke
Geschäftsführung

Michel
Kollege

Grit Schewe
Medienberatung

Anne Lüneburg
Office Management

Robin Jung
Web-Entwicklung

Anita Hanke
Vertrieb

Alexander Bachor
Grafikdesign

**Machen die bei HOCH5
eigentlich nur Magazine?**

NI

**Bei uns gibt's Konzepte, Logos, Layouts
von Visitenkarte bis Buch, Texte, Fotos,
Illustrationen, Websites und -shops,
Social Media und Podcasts.**

Und manchmal auch Magazine.

**Durchrufen, anmailen,
weiterkommen.**

