



**GEWERBE-POST**

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN

1/2017

**NEUSS.DE**



## **Eine Stadt zieht an – Die Modebranche in Neuss**

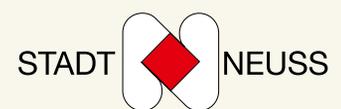
**Machtfaktor Mode:**

**So setzt die Branche Milliarden um**

**Magie der Mode:**

**Exzellente Ausbildungs- und Karriere­möglichkeiten  
für Menschen mit Leidenschaft**

**Mode goes digital: E-Commerce krep­pelt den Markt um**



Amt für Wirtschaftsförderung

NICHTS IST AUFREGENDER ALS DAS ORIGINAL



**EUROMODA**

Neuss

Fashion-Business-Center  
im Großraum Düsseldorf

**HERZLICH WILLKOMMEN** im größten Modecenter  
für PRONTO-MODA in Deutschland



[www.Euromoda-Neuss.de](http://www.Euromoda-Neuss.de)

EVG mbH | Anton-Kux-Str. 2 | 41460 Neuss | Telefon 0049(0)213116900 | E-Mail: [verwaltung@euromoda-neuss.de](mailto:verwaltung@euromoda-neuss.de)

# Editorial: Eine Stadt zieht an – Die Modebranche in Neuss



## Sehr geehrte Damen und Herren,

Euromoda, Imotex, Fashion Center Haus Paris – drei Anlaufstellen für Textilgroßhändler, drei Neusser Adressen, die europaweit bekannt sind. Das „Cluster“ im Hammfeld begründet den Ruf von Neuss als Modestadt.

Euromoda lockt seit nun schon 25 Jahren Wiederverkäufer an. Die Tendenz im Modehandel haben sich enorm gewandelt, sagt Heinz W. Hofer, 1. Vorsitzender der MWG Mieter und Werbegemeinschaft im Euromoda: „Nichts ist schneller als ein Trend und Aktualität entscheidet über den Erfolg.“ Lesen Sie auf den

folgenden Seiten, wie sich das Unternehmen für die Zukunft aufstellt.

Wie steht es um die Umsätze im Mode-Einzelhandel? Laut Angaben der Fachzeitschrift „Textilwirtschaft“ ist heute Mode die meistgehandelte Warengruppe im Internet. Wie geht es vor diesem Hintergrund dem stationären Neusser Handel? Wir haben uns für Sie bei Geschäftsinhabern in der City umgehört.

Die Welt von Bekleidung und Textil bietet vielfältige Ausbildungs- und Arbeitsmöglichkeiten. Zum einen lässt die digitale Ausrichtung des Marktes den Bedarf nach E-Commerce-Spezialisten ansteigen. Zum anderen bieten Studiengänge wie Bekleidungstechnik, Fahrzeuginnenausstattung, Modedesign und mehr die Grundlagen für klassische Karrieren. Daneben sorgen fundierte Ausbildungen etwa zum Textil- und Modenäher, zum Maschinen- und Anlagenführer oder zum Produktprüfer dafür, dass Fachkräfte den Arbeitsmarkt bereichern.

Sind Sie zufrieden mit dem Modemarkt in unserer Stadt? Teilen Sie uns gerne Ihre Meinung und Ihre Vorschläge hierzu mit. Wir freuen uns auf Ihr Feedback.

**Ihr  
Reiner Breuer  
Bürgermeister**

## Inhalt

### TITEL

- 4, 5 EUROMODA:  
Fashion-Business-Center in Neuss
- 6, 7 IMOTEX & Co.: Der Neusser  
Modegroßhandel im Überblick
- 8, 9 Bayer-Moden & Co.:  
Impressionen des Neusser  
Modeeinzelhandels
- 10 unique: Die Kollektionen
- 12 Mode für die Neusser Schützen
- 13 Gebr. Heinemann:  
Berufsbekleidung spezial

### HANDWERK & KUNST

- 11 goldrichtig: Anspruchsvolles  
Schmuckdesign im Herzen  
von Neuss
- 24 Das TextilTechnikum

### MODE: ZAHLEN, FAKTEN, TRENDS

- 14 Ausbildungsmöglichkeiten in der  
Textil- und Bekleidungsindustrie
- 15 Die Themen in der deutschen  
Textilindustrie
- 16 So krepelt E-Commerce  
den Kleidermarkt um
- 17, 18 Drunter und drüber: Der Textilmarkt  
zu Hause und international

### STANDORT NEUSS

- 19 Die neuen Windräder der  
Stadtwerke: Jetzt Anteile zeichnen
- 20 Die VHS-Weiterbildungskurse  
in Textilgestaltung
- 22, 23 Die Immobilienseiten

### AUS- UND WEITERBILDUNG IN NEUSS

- 21 Duales Studium an der  
FOM in Neuss

### MELDUNGEN & TERMINE

- 25, 26 News der Wirtschaftsförderung  
Stadt Neuss

# EUROMODA – das Fashion-



Beeindruckend: EUROMODA von oben. Foto: EUROMODA

**B**ekleidung, Schuhe, Sportartikel, Accessoires, Lederwaren und vieles andere: In mehr als 300 Showrooms werden im EUROMODA auf einer Fläche von über 100.000 Quadratmetern etwa 800 Kollektionen präsentiert. Die perfekt auf den Handel zugeschnittene Infrastruktur mit zahlreichen nationalen und internationalen Unternehmen, über 2.000 überdachten kostenlosen Parkflächen und einer breiten Auswahl von Service-Angeboten lockt Wiederverkäufer seit nun schon 25 Jahren an.

Das Messe-Forum des EUROMODA bietet neben einem Multifunktionsraum von 650 Quadratmetern 18 weitere Empfangs-, Service- und Tagungsräume in verschiedenen Größen von 50 bis 500 Quadratmetern. Der Multifunktionsraum bietet durch sein offenes Glasdach besonderes Licht für Warenpräsentationen. Unternehmen, Mieter und Bildungseinrichtungen nutzen diese Räumlichkeiten regelmäßig für ihre Events.

Wer auf der Suche nach einer neuen, attraktiven Geschäftsfläche ist, sollte sich im EUROMODA Business-Center umsehen. Die moderne Grundrisskonzeption des Modezentrums bietet jedem

Mieter eine weitgehend gleichwertige Lage an den innenliegenden, rundläufigen Passagen.

## „Bei uns ist jeden Tag Modemesse“

Wie schafft man es, seit 25 Jahren ein Mode-Flaggschiff wie EUROMODA auf Kurs zu halten? Zum Jubiläum führten jetzt Dirk P. Goeldner, Centermanager, und Heinz W. Hofer, 1. Vorsitzender der MWG Mieter und Werbegemeinschaft im EUROMODA e.V., ein Interview mit dem Modecenter-Magazin *fashionlife*, das wir hier in Auszügen abdrucken.

## Die letzten 25 Jahre der Modebranche waren turbulent und ereignisreich. Wie ist dies mit der Historie des EUROMODA verknüpft?

**Heinz W. Hofer:** Die Tendenz im Modehandel hat sich enorm gewandelt. Nichts ist schneller als ein Trend, und Aktualität entscheidet über den Erfolg. Das Geschäft mit der Mode läuft in einem immer höheren Tempo – und hat dabei längst die klassischen Modemessen überholt. Kurzlebige Trends erfordern hohe Flexibilität, die wir im EUROMODA bieten können. Während die Ordertendenz abnimmt, steigt der Bedarf

an Sofortware kontinuierlich an. Daher lag der Fokus des EUROMODA von Anbeginn auf SOFORT. Das Prinzip spiegelt sich auch in der Mieterstruktur. Mit dem Einzug des Asia-Center 2003, das heute über 100 Showrooms beherbergt, wurden mehr und mehr Flächen auf aktuelle Sofortware ausgerichtet. Pronto Moda ist ein Wachstumsmarkt, wir haben diesen Bereich bis heute perfektioniert.

## Was haben Modezentren mit Sofortware der klassischen Modemesse voraus?

**Dirk P. Goeldner:** Die Modecenter haben hierzulande die etablierten Modemessen ersetzt. Das ist kein Verdrängungswettbewerb, sondern eine Marktentwicklung. Um aktuell zu bleiben, muss auch der Fachhandel seine Mode in immer kürzeren Rhythmen präsentieren. Saisonale Order hat an Bedeutung verloren, da sich Einzelhändler nicht ein halbes Jahr im Voraus binden möchten. Modecenter sind näher am Markt, da sie auf die gewandelten Bedürfnisse angemessen reagieren können. Das EUROMODA bietet maximale Aktualität: Wir erhalten täglich neue Trends – hier kommen Tag für Tag neue

# Business-Center in Neuss

Kollektionen und Produkte in die Showrooms. Bei uns ist im Prinzip jeden Tag Modemesse. Wir können jederzeit kurzfristig reagieren – auf gutes oder schlechtes Wetter, spontane Trends und die aktuelle Nachfrage.



Dirk P. Goeldner. Foto: Overmann

**Aktualität ist der Schlüssel zum Erfolg. Wie schützen sich Einzelhändler vor Fehl-investitionen?**

**Heinz W. Hofer:** Meteorologie ist die Wissenschaft des Zufalls. Modeordern ist das Hoffen auf den Zufall. Dieses Risiko möchten wir unseren Kunden nicht zumuten. Als starker Partner des Fachhandels hat EUROMODA mit dem Pronto-Moda-Prinzip auf die neuen Marktgegebenheiten reagiert. Wer seinen Kunden ein aktuelles Trendsortiment anbieten möchte, wird bei uns fündig. Über 160 Kollektionen sind in diesem Bereich präsent – tagesaktuell und ständig ohne Vororderrisiko verfügbar. Die Vorteile: Aktualität, Auswahl und Schnelligkeit, flexible Logistik und faire Preisgestaltung, während das Orderrisiko entfällt.

**Auch im Hinblick auf die Mieter wird Partnerschaft großgeschrieben. Was heißt das konkret?**

**Dirk P. Goeldner:** Das EUROMODA wurde als bedarfsgerechte Immobilie in partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Mietern konzipiert. Dass sich die Mieter von Anfang an stark eingebracht haben, macht den Erfolg des EUROMODA aus. Sie können die Zukunft weitaus besser voraussehen als jede Immobilienfirma. In diesem Sinne sehe ich uns nicht primär als Verwaltungsgesellschaft, sondern als Entwicklungsgesellschaft – wir entwickeln partnerschaftliche Konzepte für die Zukunft. Wir werden weiterhin in engem Dialog bleiben, um die Erfolgsgeschichte fortzuschreiben.

**Wie bewerten Sie in diesem Zusammenhang den Standortvorteil Düsseldorf/Neuss?**

**Dirk P. Goeldner:** Wir profitieren von der Modehistorie Düsseldorfs. Düsseldorf wird immer eine Modemetropole bleiben – genau wie München, Mailand oder Paris. Die über Jahrzehnte gewachsene Mode- und Wirtschaftsstruktur ist einzigartig und lässt sich in dieser Form nicht kopieren. Wir sind ein Teil dieses Marktes und haben uns hier mit unserem Dienstleistungsspektrum angedockt.

**„Massiv in digitale Infrastruktur investieren“**

**Ein Jubiläum ist der ideale Anlass, um einen Blick in die Zukunft des EUROMODA zu werfen. Was steht mittelfristig auf der Agenda?**

**Dirk P. Goeldner:** Mehr als 300 Mieter mit über 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie deren zahlreiche, internationale Geschäftspartner, Einkäufer und Fachhandelskunden sorgen für gewaltige Datenströme. Daher werden wir konsequent in unsere digitale Infrastruktur investieren, um zuverlässigen Mobilfunkempfang und schnelles WiFi sicherzustellen. Weiterhin zählt in unserer Branche die unverwechselbare Identität einer Marke. Wir werden die Marke EUROMODA weiter schärfen. Ein erster Schritt ist das neue Modecenter-Magazin fashionlife, das Sie gerade in den Händen halten. Aus unserem bisherigen EUROMODA Magazin wurde fashionlife – ein Name, der sich harmonisch in unsere Kundenmagazine kidzlife und sportslife einfügt. Wir setzen auf ein hochwertiges Magazinformat und sprechen unsere Leser mit einer modeorientierten Bildsprache und journalistischem Anspruch an.



Heinz W. Hofer. Foto: Overmann

**Welche Rolle kommt der neuen Fashion Access Card zu?**

**Dirk P. Goeldner:** Die Fashion Access Card ist die Einkaufslegitimation für den qualifizierten Fachhandel und erlaubt als besonderen Service kostenloses Parken im EUROMODA. Weiterhin möchten wir die Kommunikation mit unseren Kunden intensivieren. Clubkunden werden dann regelmäßig mit unseren Printmedien versorgt und erhalten einen Vorzugszugang auf unserer neuen Homepage. Wir möchten den Austausch zwischen allen Playern – Produzenten, Großhandel, Handelsagenturen und Einzelhändlern – verbessern und die Teilnehmer enger miteinander verzahnen. Das ist die Aufgabe eines modernen Modecenters als Warenumschriftsort und Kommunikationszentrum. Wir müssen mehr Händler ins Boot holen und sie über das Tagesgeschäft hinaus begeistern.

[www.euromoda-neuss.de](http://www.euromoda-neuss.de) ▲

# Der Neusser Modegroßhandel – ein echtes Pfund, nicht nur in Sachen Textil

Die Modebranche setzt Milliarden um und ist damit ein echter Machtfaktor, der auch andere Branchen beeinflusst. Im Umfeld der Neusser Großhändler profitieren so etwa auch Hotels wie Holiday Inn, Dorint oder Swissôtel von den Besucherströmen aus dem In- und Ausland, die diese Modezentren generieren. Neben EUROMODA weist Neuss weitere Modenzentren auf, die sich als feine Adressen empfehlen, darunter IMOTEX an der Breslauer Straße.

Das Zentrum stellt auf sechs Etagen 350 Pronto-Moda-Kollektionen aus. Nach Umbau und Modernisierung von fünf Etagen, die 2008 begannen, sei auch die Mieterstruktur durch konsequentes Trading-up optimiert worden,

gibt das Unternehmen an. Das IMOTEX bietet zudem 1.300 Parkplätze.

Vier Magazine im Jahr versorgen den Einzelhandel mit aktuellen Modeinformationen. Das Modezentrum ist durch die Website und den eigenen Online-Shop durchgehend erreichbar. Apropos Website: Die ist nicht nur äußerst attraktiv gestaltet, sondern bietet eine extreme Spannweite an Wissen und Quellen – man kann sich hier umfassend über die Welt der Mode informieren.

In unmittelbarer Nachbarschaft liegen weitere Anlaufstellen für Großhändler: das Fashion Center Haus Paris mit über 50 Showrooms und Mietern wie etwa Cruse Classics Fashion Trends.

Das Team Haus Paris legt nach eigenen Angaben viel Wert darauf, sich ganz persönlich um die Belange seiner Mieter zu kümmern und hat sich dafür breit aufgestellt: Bei Bedarf helfen die Mitarbeiter bei der Konzeption, Einrichtung oder Umgestaltung der Showrooms, bei Personalvermittlung, Pressekontakten, bei Fragen zu Werbung und Standort-Marketing oder auch zu Fest- und Mobiltelefonie, IT Hardware und Software, Strom, Maler- und Trockenbau, Elektro, Klimaanlage und vieles mehr.

Ebenfalls in der Nähe befinden sich die Großhändler Robert Ley Damen- und Herrenmoden und jenseits der Breslauer Straße Haus Milano, das für Schmuck und weitere Accessoires steht.

STAY  
WELCOME.



Wir glauben, Sie fühlen sich am besten, wenn Sie ganz entspannt und einfach Sie selbst sind – und bei Holiday Inn können Sie das immer bleiben. Unser hilfsbereites Mitarbeiterteam bereitet Ihnen einen besonders herzlichen Empfang. Bar und Terrasse laden zu Espresso und Drinks. Vollendet wird ein Aufenthalt in unserem neu gestalteten Restaurant durch kulinarische Höhepunkte. Und die Tagungsatmosphäre ist wie immer inspirierend, für Sie und Ihre Gäste. Nutzen Sie unsere lichtdurchfluteten Räume im modernen Design und frischen Farben.

WIR FREUEN UNS AUF SIE!

Holiday Inn Düsseldorf-Neuss

Anton-Kux-Str. 1 · 41460 Neuss · T +49 (0) 2131/184-0 · F +49 (0) 2131/184-184 · info@hi-neuss.de · www.hi-neuss.de



BLEIBEN  
SIE ECHT.

# SUCCESS

## IN B2B FASHION

IMOTEX IN NEUSS IST DER FÜHRENDE  
ORDERPLATZ FÜR PRONTO MODA IN EUROPA

INTERNATIONALER MODEGROSSHANDEL  
FÜR SOFORTWARE

24/7 ORDERSERVICE FÜR MODEEINKÄUFER

NEWS UND TRENDS RUND UM DIE UHR IN  
PRINT UND ONLINE



NO 1 in Pronto Moda

Imotex

# Modehaus Bayer: Seit mehr als 60 Jahren im Herzen der Stadt



Foto: KN

Das Traditionsgeschäft für Damenoberbekleidung im Herzen der Innenstadt bietet Top-Marken aus dem In- und Ausland in den Größen 38-52 an. Jeder Kundin ihr persönliches Wunsch-Outfit zusammenzustellen – diesem Anspruch gerecht zu werden ist Bayer Moden und seinen Mitarbeiterinnen ganz wichtig: „Freundlichkeit und Kompetenz im Umgang mit unseren Kundinnen ist das, was uns auszeichnet“, sagt Cilly Bayer, die das Familienunternehmen nun schon seit mehr als 60 Jahren führt. Bedienung, Beratung, Service: Diese drei Aspekte hat Bayer Moden sich seit mehr als fünf Jahrzehnten ins Stammbuch geschrieben. Deswegen besitzt das Modehaus auch heute noch ein hauseigenes Änderungsatelier, in dem Schneidermeisterinnen dafür sorgen, dass die neu gekaufte Mode perfekt auf die Figur zugeschnitten wird.

Im Gespräch mit der Redaktion der Gewerbe-Post äußerte sich die Tochter zum Thema Online-Handel in der Mode: „Das Thema wird bleiben, und natürlich sorgt E-Commerce als weiterer Geschäftsweg für insgesamt mehr Umsatz. Wir machen aber hier nicht mit, weil wir dafür zusätzliche Mitarbeiter einstellen müssten.“

**Modehaus Bayer**  
Niederstraße 58-62, 41460 Neuss  
Tel. 02131 28488, [info@bayer-moden.de](mailto:info@bayer-moden.de)  
[www.bayer-moden.de](http://www.bayer-moden.de) ▲

**Öffnungszeiten:**  
Montags bis Freitags: 9.30 - 18.30 Uhr  
Samstags 10.00 - 16.00 Uhr

**Bayer Moden bietet Vorteilskarte „Neuss Points“ an**

Elf Neusser Fachgeschäfte haben sich vor ein paar Jahren entschlossen, für Stammkunden und die, die es werden wollen, eine kostenlose Vorteilskarte herauszubringen. Mit der so genannten „Neuss Points Vorteilskarte“ können Kunden auch bei Bayer Moden mit jedem Einkauf regulärer Ware wertvolle Bonusbeträge sammeln. Die werden direkt auf der Karte gutgeschrieben und können bei einem der nächsten Shopping-Touren in den teilnehmenden Fachgeschäften verrechnet werden. Weitere exklusive Vorteile und Service-Extras ergänzen die Eigenschaften der Karte.



Foto: KN

## Frühjahr/Sommer 2017

Das kommt:

Material-Mixe,  
Struktur (viele bewegte Oberflächen), florale Drucke

Das bleibt:

Aqua-Farben, Schwarz-Weiß,  
Blau-Weiß

Das geht:

Skinny Jeans, Marlene-Hosen



Fotos: KN

# Alles Handarbeit

Seit mehr als 30 Jahren gilt das Schweizer Stübli in der Krämerstraße als die Anlaufstelle für alle, die gerne stricken, häkeln und sticken. Gründerin Therese Zilling hat sich mittlerweile aus dem Tagesgeschäft zurückgezogen und arbeitet im Hintergrund. Sie liefert regelmäßig Inhalte für die Website des Schweizer Stübli, entwirft Modelle und macht die Urlaubsvertretung für Geschäftsführerin

Sylvia Knab. „Unsere beiden Aushilfskräfte und ich erfüllen die Wünsche unserer Kundinnen und Kunden – wir haben auch einige Männer, die sich bei uns mit Material sowie Tipps und Tricks versorgen“, erklärt Sylvia Knab.

Stricken und Häkeln sind das A und O heute. Es sind in der Regel Stammkundinnen, die das Schweizer Stübli aufsuchen. Schön sei es,

so Sylvia Knab, dass mehr und mehr jüngere Frauen kommen, die Kleidung für ihre Kinder stricken. Wer bei der Modellwahl nicht selbst kreativ werden will, bedient sich der Entwürfe, die das Schweizer Stübli bereit hält. Die passenden Anleitungen werden den Kunden dann beim Kauf des Materials mitgegeben.

[www.schweizerstuebli.ch](http://www.schweizerstuebli.ch) ▲



Sylvia Knab, Geschäftsführerin des Schweizer Stübli. Fotos: KN



## „Man muss sich abheben“

Wenn ich mein Sortiment auf eine ganz junge Klientel ausrichten würde, hätte ich es schwer“, sagt Michaela Gerst. Sie betreibt das Mädchenstolz am Büchel/Eingang Neustraße seit acht Jahren. Und so sind es die 30- bis 60-Jährigen, die in ihren Laden kommen, denn: „Die Jüngeren kaufen entweder stationär und sehr preisbewusst in den großen Ketten ein oder bestellen ihre Kleidung gleich im Internet.

Angesagt ist bei vielen sehr jungen Frauen der Mix aus günstiger Kleidung mit ein paar wertigen Accessoires.“ Deswegen hat sich Michaela Gerst entschieden, ein Sortiment mit individuellen, manchmal flippigen Kleiderstücken im mittleren Preisbereich zusammenzustellen.

Sie kauft Modelle ein, die ihr gefallen, gerne auch abseits vom Mainstream-Angebot. Es ist diese eigene Angebotsmischung, die

Kundinnen ins Mädchenstolz zieht. „Mein Sortiment wollen Frauen erst anfassen, erfüllen, und dann kaufen. Das geht online nicht.“

57 Marken führt das Mädchenstolz, darunter ein Label aus Bali. Die neue Frühjahrskollektion dieses Labels war innerhalb von ein paar Tagen bereits vergriffen.

[www.maedchenstolz.de](http://www.maedchenstolz.de) ▲



Fotos: KN



# Glamour-Faktor hoch: Das sind die Kollektionen von unique

**D**ie unique europe GmbH zählt zu den führenden Abendmoden-Anbietern Europas. Das Unternehmen wurde 1998 von Shahin Moghadam in Neuss gegründet. Dabei fokussierte er sich auf den Bereich der exklusiven Abend- und Cocktailmode für die junge, trendbewusste Frau. Diese Erfolgsstrategie führte zu einer positiven Geschäftsentwicklung und Expansion des Unternehmens. Im April 2006 folgte der Umzug an den Habichtweg 20 in Neuss. Das Gebäude besticht durch seine exklusive Architektur und durch die optimale Präsentation der Kollektion auf über 6.500 Quadratmetern. Ein Ortsbesuch.

**Redaktion Gewerbe-Post: Mit welcher Idee gründeten Sie das Modelabel unique?**

**Shahin Moghadam:** Als ich unique 1998 gegründet habe, war in Deutschland die Cocktail- und Abendmode eher ein Nischenthema. In den USA war es dagegen schon Teil der Kultur: Frauen zogen sich für festliche Anlässe Cocktail- oder Abendkleider an. Mein Ziel war es damals, Cocktail- und Abendmodekleider in Deutschland populärer zu machen.

**Die Preise Ihrer Modelle zwischen 230 und 460 Euro erscheinen moderat für den Markt der Abend- und Cocktailkleider. Welche Philosophie steckt dahinter?**

Mit unserer Kollektion sind wir in verschiedenen Preissegmenten präsent und können so unseren Kundinnen ein breites Angebot machen. LAONA ist preislich das Einstiegslabel und richtet sich an junge Kundinnen, die ein Kleid zum Abiball und für Partys suchen. Diese Kleider sind verspielter und romantischer. unique als Kernmarke positioniert sich im mittleren Preissegment. Mit dieser Kollektion möchten wir unseren Kundinnen den großen Auftritt ermöglichen.

**Man kann Ihre Kollektionen über das Internet beziehen. Zusätzlich haben Sie vor ein paar Jahren einen ersten stationären Shop eröffnet. Wie zufrieden sind Sie mit dem Store in Düsseldorf?**

Für uns ist der Store im Düsseldorfer Kö Bogen der erste Schritt in den Retailbereich und damit in die direkte Ansprache der Kundin. Hier haben wir seit der Eröffnung des Stores im November

2013 viel Know-how im Retail erworben und die Erkenntnisse in unsere Produktion einfließen lassen, sodass sich ein stetiger Austausch ergibt. Dies hat sich ausgezahlt. Wir stellen fest, dass sich unser Store bei den Kundinnen etabliert. Wir erhalten von unseren Kundinnen ein positives Feedback und sind insgesamt mit der Entwicklung sehr zufrieden.

**Wer entwirft Ihre Kollektionen? Wovon wurden die Designer bei den aktuellen Looks inspiriert?**

Unser Designteam sitzt in unserem Headquarter in Neuss. Die Marke hat ihre Wurzeln in Deutschland und verkörpert gleichzeitig die Trends der internationalen Modeszene. unique steht für Eleganz und Extravaganz.

**Für welchen Modestil steht unique/wie unterscheiden sich die einzelnen Linien voneinander?**

Wir haben zurzeit drei Labels, die alle bei uns im Haus entworfen werden: unique, unique BRIDE und LAONA. Unsere Kernmarke, unique, wendet sich an die trendbewusste junge Frau, die ein Kleid für den großen Auftritt sucht. Hier bieten wir unseren Kundinnen verschiedene Cocktail- und Abendkleider von extravagant und glamourös bis zurückhaltend und dezent elegant. LAONA ist, wie wir die Marke nennen, die kleine Schwester von unique. Die Marke wurde 2010 ins Leben gerufen – für junge Frauen, die ein Kleid für eine Party oder den Abiball suchen.



Foto: unique

Unsere dritte Marke haben wir im Juli des vergangenen Jahres im Rahmen der Plattform Fashion in Düsseldorf erstmals gezeigt: unique BRIDE. Unter diesem Label bieten wir Kundinnen moderne und traumhafte Brautkleider im mittleren Preissegment.

**Wie viele Mitarbeiter hat Ihr Unternehmen heute?**

Aktuell arbeiten über 30 Mitarbeiter für das Unternehmen unique.

[www.unique-europe.de](http://www.unique-europe.de) ▲

# goldrichtig: „Etwas schaffen, das bleibt“

**A**us Tradition und Moderne etwas „schaffen, das bleibt“, das ist die Idee in der Goldschmiede goldrichtig rund um Meisterin Andrea Kruchen. Seit 13 Jahren vereinen sich hier im goldrichtig auf der Neustraße Ecke Büchel in Neuss Kreativität, Leidenschaft und höchster handwerklicher Anspruch. Aus jeder Idee lassen sich gemeinsam einzigartige und persönliche Schmuckstücke anfertigen. „Und auch zum Beispiel wunderschöne Trauringe“, ergänzt Andrea Kruchen: „Wichtig ist uns, dass jedes einzelne eine individuelle Anfertigung ist, ein Unikat. Dabei fertigen wir alles selbst an. Ich kaufe höchstens einmal ein paar Silberkettchen zu.“



handgeschmiedete Trauringe aus eigener Werkstatt.  
Foto: A. Janecic



Foto: KN



Andenopalkette mit einem handgefertigten Gelbgoldschloss und ein Smaragdring eingebettet in einem Unikatring aus Gold, Foto: A. Janecic

Das Team von goldrichtig hat sich auf Farbe spezialisiert. Ein Farbedelstein findet sich hier in fast jedem Schmuckstück. „Besonders angesagt zurzeit sind Blau-, Grün- und Korallentöne“, sagt Andrea Kruchen.

Es ist gerade besonders schwierig, an diese Steine heranzukommen. Ihre Schätze bezieht goldrichtig aus Idar-Oberstein, der „Stadt der edlen Steine“.



Peridothalskette mit Goldelementen, made in germany, und einem passenden Peridotgoldring,  
Foto: A. Janecic



Andrea Kruchen bei der Arbeit. Foto: KN

Dort sitzen die meisten Steinschleifer in Deutschland. Turmaline, Aquamarine, Citrin, Rubin, Saphir, Smaragd, dazu der äußerst seltene Mandaringranat, Tansanit, ein Mineral, das nur in Tansania vorkommt, und Tsavorith, ein Stein aus der Familie der Granate, der nur in Kenia und Tansania gefunden werden kann – die Steinschleifer machen sich immer wieder gerne auf zum goldrichtig-Team, weil sie wissen, dass ihre Schätze dort nach anspruchsvollster Handwerkskunst verarbeitet werden.

[www.goldrichtig-schmuck.de](http://www.goldrichtig-schmuck.de) ▲

# Mode für die Schützen – das muss in Neuss einfach sein

Jährlich am letzten Augustwochenende feiert die Stadt ihre vielleicht am stärksten ausgeprägte Brauchtumskultur: das Neusser Bürger-Schützenfest. Das Ereignis zieht in jedem Jahr bis zu einer Million Besucher an. Alleine 50.000 Gäste tummeln sich in den Zelten auf der Rennbahn. Das Schützenfest ist mit seiner Königsparade, den Festzügen, dem Königsschießen sowie etlichen Begleitveranstaltungen ein gesellschaftlicher Höhepunkt in Neuss sowie der näheren und weiteren Umgebung.



Foto: Stadt Neuss

Der Schützenkönig führt in der Regel mit etwa 7.500 Marschierern sein Regiment an. Über 100 Großfackeln werden durch die Neusser Straßen gezogen – es sind Meisterwerke, die in vielen hundert Stunden Arbeit aus Draht, Papier und Pappmaché geschaffen werden. Das Neusser Bürger-Schützenfest ist mit mehr als 7.000 marschierenden Schützen und Musikern zwar kleiner als das Schützenfest Hannover, gilt aber als das weltweit größte Schützenfest, das von einem einzigen Schützenverein organisiert wird und bei dem keine Gastzüge aus anderen Städten teilnehmen.



Foto: Stadt Neuss



Foto: KN

Kein Wunder also, wenn sich um das Geschehen eine eigene Textilbranche entwickelt hat, deren Vertreter ganzjährig als verlässliche Ansprechpartner für alle gelten, die sich ernsthaft mit diesem Brauchtum auseinandersetzen. Da ist etwa der Schneider Mustafa Tezgör. Vor knapp einem Jahr hat er einen neuen Uniform-Laden für Schützen eröffnet. In den Räumlichkeiten an der Krefelder Straße bietet er für alle großen Korps Uniformen von der Stange an, natürlich auch Hosen und Hüte. Auch Maßanfertigung ist bei Mustafa Tezgör möglich.



Foto: Stadt Neuss

Der „Regimentsschneider“, wie viele ihn nennen, ist selbst erfahrener Schütze und hat auf sein Angebot noch einen Last-Minute-Service

gesattet: An den Tagen des Neusser Bürger-Schützenfests bietet er Nähdienste auf der Hessentorbrücke an – falls einmal ein Knopf Sekunden vor der Parade abgerissen ist oder irgendein Teil der Ausstattung fehlt.



Foto: Stadt Neuss

Clever ist auch die Idee, die Sascha Tillenburg im Internet anbietet. Er bietet seinen Schützenkollegen verschiedene Schützenuniformen zum Verleih an. Ist erst eine per Klick ausgesucht, kann man die Uniform fürs Fest entweder in der Zentrale in Neuss-Selikum nach vorheriger Absprache abholen oder den exklusiven Hol- und Bringservice des Verleihers nutzen. Die Uniformen werden aus hochwertigen Stoffen nach den original Neusser Schützenfest-Uniformen in den gängigsten Konfektionsgrößen gefertigt.

[www.uniform-neuss.de](http://www.uniform-neuss.de) ▲

Uniformen, Ketten, Orden und Abzeichen, Säbel und Blankwaffen, dazu Handschuhe, Federn und Fangschnüre: Auch der Internet-Auftritt von Pokale Holzberg ist eine wahre Fundgrube für alle, die sich zum jährlichen Großereignis im August vernünftig ausstaffieren möchten.

[www.pokale-holzberg.de](http://www.pokale-holzberg.de) ▲

# Berufskleidung: Gebr. Heinemann sieht sich gut aufgestellt für die Zukunft

**A**uch das gehört selbstverständlich zur Modestadt Neuss: Anbieter von ansprechender Berufskleidung. Gebr. Heinemann ist in dem Bereich seit tatsächlich fast 200 Jahren eine feste Größe. Das Geheimnis dahinter formuliert Geschäftsführer: Georg Goder: „Ein Unternehmen kann nur dann mit Erfolg alt werden, wenn es immer jung bleibt.“ Bodenständig, seriös und nach eigenen Angaben im Sinne guter Kaufmannstradition agierend, ist das Selbstverständnis des Unternehmens an der Carl-Schurz-Straße „ein modernes Beschaffungsunternehmen in der textilen Wertschöpfungskette zu sein.“

Der Produzent und Großhändler für textilen Krankenhausbedarf, Trikotagen und Kurzwaren beliefert deutschlandweit Altenheime und Krankenhäuser mit Objekttextilien. Zum Sortiment zählen neben der medizinischen Berufskleidung auch Flachwäscheartikel wie Tischdecken, Bettwäsche, Laken und mehr. Gut 5.000 Artikel hält das Unternehmen auf Lager, die meisten davon binnen 24 Stunden lieferbar. Gebr. Heinemann beschäftigt 60 motivierte Mitarbeiter.

## **Kosten- und Qualitätsvorteile: das ideale Textilsystem**

Das Unternehmen pflegt sein eigenes Konfektions- und Design Know-how und führt alle seine Schritte nach diesen Erkenntnissen aus.



Foto: Heinemann

Der Workflow beginnt in der Schnittabteilung, die mit einem modernen CAD-System arbeitet. Die Software ermöglicht das Erstellen und Modifizieren der Erstschnitte bis hin zum gradierten Produktionsschnitt und optimierten Schnittlagenbildern.

Im weiteren Verlauf werden sämtliche Produktionsparameter und Produktionswege von der Faser bis zur Konfektion vorgegeben. Sämtliche Fertigungsschritte unterliegen strengen Anforderungen an Nachhaltigkeit und soziale Produktionsbedingungen.

[www.heinemann-neuss.de](http://www.heinemann-neuss.de) ▲

## **FARBE BEKENNEN**

### **GEBR. HEINEMANN**

Gebr. Heinemann GmbH & Co. KG  
Carl-Schurz-Straße 5, 41460 Neuss  
Telefon: +49 (0)2131 1808-173 / 176  
Telefax: +49 (0)2131 129507  
[info@heinemann-neuss.de](mailto:info@heinemann-neuss.de)  
[www.heinemann-neuss.de](http://www.heinemann-neuss.de)

### **Umsatz bei Berufskleidung steigt**

Laut einer Studie des Marktforschungsinstituts Marketmedia24 stieg der Umsatz mit Berufs- und Schutzkleidung im Jahr 2015 mit Berufskleidung um 1,5 Prozent, bei Schutzkleidung um 2,4 Prozent auf knapp 1,5 Milliarden Euro. Auch auf lange Sicht halten die Brancheninsider von Marketmedia24 ein weiteres Wachstum für erreichbar, wie die jetzt veröffentlichte Studie „Branchen-REPORT Berufs- und Schutzkleidung 2016“ zeigt. Zu den Gewinnern des Geschäfts mit Berufs- und Schutzkleidung gehört der Textilservice.

[www.rw-textilservice.de](http://www.rw-textilservice.de) ▲



# **BB Papier GmbH**

Waschraum- und Betriebshygiene, Reinigungschemie



Handtuchpapier



Toilettenpapier



Putzpapier



Müllsäcke

Normannenstraße 9 41462 Neuss

Tel.: 02131 – 15 17 30

Fax: 02131 – 15 17 329

[kontakt@bbpapier.de](mailto:kontakt@bbpapier.de)

# Von den Socken: Die vielfältigen Ausbildungsmöglichkeiten in der Textil- und Bekleidungsindustrie

**K**aum eine Branche bietet solch umfassende Ausbildungs- und Karrieremöglichkeiten. Auf [www.go-textile.de](http://www.go-textile.de) erhält man einen sehr guten Überblick hierzu. Wir haben die Eckpunkte für Sie zusammengefasst.

**Bekleidung:** Textil- und Modenäher/in, Textil- und Modeschneider/in – Textil: Maschinen- und Anlagenführer/in Textiltechnik, Maschinen- und Anlagenführer/in Textilveredlung, Produktionsmechaniker/in Textil, Produktveredler/in Textil, Produktprüfer/in Textil, Technischer Konfektionär/in, Textilreiniger/in, Seiler/in – Schuh- und Lederwaren: Schuhfertiger/-in, Sattler/in Fachrichtung Feintäschnerie.

Im Textil- und Bekleidungsbereich gibt es weiterhin eine Vielzahl von Studiengängen in unterschiedlichen Fachrichtungen.



Quelle: [www.go-textile.de](http://www.go-textile.de) Foto: pixabay

Auch bieten die Hochschulen und Universitäten – in Vollzeit und berufsbegleitend – vom Bachelorstudiengang über verschiedene Masterstudiengänge bis hin zur Doktorarbeit alles an.

Die Studiengänge: Bekleidungstechnik, Fahrzeuginnenausstattung, Modedesign, Textildesign, Textiltechnik, Textil-/Bekleidungsmanagement, Lehramt Textil/Bekleidung.

Zu den Hochschulen und Universitäten, die Studiengänge im Textil- und Bekleidungsbereich anbieten, zählen auch die HS Niederrhein mit Standorten in Mönchengladbach und Krefeld, die HS Reutlingen, das Institut für Textiltechnik der RWTH Aachen, die EBC Hochschule mit Standorten in Hamburg, Berlin, Dresden, Düsseldorf und Stuttgart sowie die AMD Akademie Mode & Design GmbH mit Standorten in Hamburg, Berlin, Düsseldorf und München.

[www.go-textile.de](http://www.go-textile.de) ▲

## Kennziffern für das Textil- und Bekleidungsgewerbe in Deutschland (Auszug)

Sämtliche Kennzahlen nur für Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten, soweit nicht anders angegeben.

	TEXTIL		BEKLEIDUNG		TEXTIL + BEKLEIDUNG	
		± vH z.		± vH z.		± vH z.
<b>Beschäftigte</b>						
November 2016	53 942	2,8	26 635	-1,9	80 577	1,2
Januar - November 2016	53 478	2,3	26 562	-2,4	80 041	0,7
Untern. ab 1 Besch. (Hochrechnung)	78 750		39 120		117 870	
<b>Bruttolohn- und Gehaltssumme (in Mio. Euro)</b>						
November 2016	213	4,8	105	1,00	318	3,5
Januar - November 2016						
<b>Geleistete Arbeitsstunden (in Tausend)</b>						
November 2016	7 241	3,4	3 411	-0,4	10 652	2,2
Januar - November 2016	76 211	2,9	36 212	-1,8	112 423	1,3
<b>Umsatz (in Mio Euro)</b>						
November 2016	936	2,5	514	6,5	1 450	3,9
Januar - November 2016	10 092	3,00	6 209	-4	16 301	0,2
Untern. ab 1 Besch. (Hochrechnung)	16 374		10 474		26 848	

Quelle: Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie e. V., konjunktur 01.2017

# Mit jeder Faser anziehend: Das sind die Themen in der deutschen Textilindustrie

**D**er Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie e. V. vertritt die Branche in Fragen der Wirtschaftspolitik sowie als Arbeitgeberverbund im Bereich Sozial- und Tarifpolitik. Auf seinen Webseiten findet sich Wissenswertes rund um die Branche. Ausführliche Publikationen können in PDF-Form heruntergeladen werden. Die Themen inspirieren und zeigen, wie komplex diese Industrie ist:

**Hightex für die Medizin** – Implantate, Therapiehilfen und Wundversorgung mit faserbasierten Know-how

**Die Zukunft ist textil** – Die deutsche Textil- und Modeindustrie und der Gesamtverband textil+mode stellen sich vor

**Let's Go Textile!** – Ausbildung in der Textil- und Modebranche: Antworten auf Fragen über die Textil- und Modebranche

**energie | textil** – Was kann die Textil- und Modeindustrie schon für die Energiewende tun?

**Textil-/Bekleidungsindustrie:** Innovationen und Internationalisierung als Erfolgsfaktor

**nano | textil** – Lange Zeit war das Mikrometer in der Wirtschaft Maß aller Dinge. Seit einigen Jahren erobern nun noch kleinere Teilchen, Strukturen und abgeleitet davon neue Technologien in vielen Branchen den Alltag. Auch die Textilwirtschaft sieht die enormen Möglichkeiten.

**Textil, Mensch & Umwelt** – Eine Broschüre für die Textil- und Bekleidungsindustrie auf ihrem Weg konsequenter Nachhaltigkeit

## Zahlen, Zahlen, Zahlen ...

Die deutsche Textil- und Modeindustrie ist eine wichtige Wirtschaftsbranche mit etwa 31 Milliarden Euro Umsatz im Jahr und mit 1.400 Unternehmen mit mehr als 130.000 Beschäftigten in Deutschland. Die Branche produziert in folgenden Sparten: Mode und Bekleidungstextilien, Heim- und Haustextilien, Technische Textilien, Schuhe und Lederwaren.

130 Händler und Produzenten sind bereits Mitglied im Bündnis für nachhaltige Textilien.

Mehr als 2/3 sind öffentlich geförderte Projekte der Technologie- und Innovationsförderung des Bundes und der EU. Mehr Infos unter [www.textilforschung.de](http://www.textilforschung.de). 76,2 Millionen Euro setzt das Netzwerk der Textilforschungsinstitute jährlich um.



Quelle: [www.textil-mode.de](http://www.textil-mode.de) Foto: pixabay

Vliesstoffe waren in Europa und weltweit das wachstumsstärkste Segment Technischer Textilien. Produktion und Umsatz haben sich zwischen 2002 und 2012 mehr als verdoppelt. 10 Millionen Tonnen Vliesstoffe mit einem Umsatz von 42 Milliarden US-Dollar werden für 2017 prognostiziert.

Unter den technischen Textilien sind Medizintextilien die Shooting Stars. Aktuelle und perspektivische Anwendungsfälle textiler Produkte finden sich in Prophylaxe, Therapie und Pflege. Mehr als 100 innovationsstarke deutsche Unternehmen entwickeln hochwertige Qualitätsprodukte „made in Germany“.

Im Rahmen der Industriellen Gemeinschaftsforschung werden Forschungsthemen praxisnah in neue Werkstoffe bzw. Verfahrens- und Dienstleistungsangebote übergeleitet. 1.200 Textilforscher tüfteln für die Entwicklung von faserbasierten Materialien, Werkstoffen und Textilverbundstoffen.

Die deutsche Textil- und Bekleidungsindustrie ist Zulieferindustrie. 1/3 der Produkte der Textil- und Bekleidungsindustrie sind Vorleistungen für Abnehmerbranchen wie Automobil, Möbel oder Bau.

[www.textil-mode.de](http://www.textil-mode.de) ▲

## Veranstaltungen

- **Textil digital**  
27.04.2017, Denkendorf
- **Techtextil 2017**  
09.05.2017  
Frankfurt am Main
- **MG ZIEHT AN - GO TEXTILE!**  
18.05. - 19.05.2017  
Mönchengladbach
- **Fachtagung Textil und Mode der BG ETEM**  
20.06.2017, Düsseldorf
- **LabTour textil+mode 4.0**  
21.06.2017, Denkendorf
- **WIRTEX Branchentreffen**  
28.09. - 29.09 2017, Kassel

# So krepmpelt E-Commerce den Kleidermarkt um

Laut Angaben der Zeitschrift „Handelsblatt“ machen die Umsätze in den Bereichen Kleidung gemeinsam mit Elektronik mehr als die Hälfte des gesamten E-Commerce-Marktes aus. Die Fachzeitschrift „Textilwirtschaft“ schreibt sogar, dass „Mode die meistgehandelte Warengruppe im Internet“ sei, und weiter: „So schnell wie die Umsätze von Pure Playern und Multichannel-Händlern steigen, steigt auch der Bedarf nach E-Commerce-Spezialisten.“

Pure Player sind in der Regel Startups, die ihre Modemarken ausschließlich über das Internet präsentieren, aber auch bereits bekannte Firmen wie Zalando. Genauso wie bei stationären Filialen müssen hier ständig Maßnahmen zur Verkaufsteigerung geplant werden, Qualität gesichert und die Produkte bestmöglich dargestellt werden. Hier suchen die Unternehmen händeringend nach geeignetem Personal. „Auf eine Stelle kommen 0,2 Bewerber. Das ist ein absoluter Nachfragemarkt“, sagt Harald Fortmann, Vizepräsident des Bundesverbands Digitale Wirtschaft BVDW, auf Anfrage der „Textilwirtschaft“.

Insbesondere leitende Positionen zu besetzen sei dabei eine Herausforderung für Recruiter und Scouts, so „Textilwirtschaft“ weiter: „Da für die Besetzung von Führungspositionen in der Regel mindestens fünf Jahre Berufserfahrung vorausgesetzt werden, ergibt sich nur ein sehr schmales Feld von Managern, auf die das überhaupt zutrifft.“

Der E-Commerce-Sektor insbesondere im deutschen Markt ist noch sehr jung und entsprechend wenige erfahrene Persönlichkeiten gibt es. Daher bauen viele Unternehmen mittlerweile intensiv eigenen Nachwuchs auf und fördern explizit ihr Online-Segment. Beste Chancen haben Absolventen der Informatik, der Wirtschaftswissenschaften und dualer E-Commerce-Studiengänge. Gute Türöffner sind auch Praktika.“ Bei Erstellung redaktioneller Inhalte wie Blogs, Online-Magazine und mehr seien auch Absolventen der Germanistik/Journalistik gefragt.

Shop-Management, Online-Marketing, Kreation und IT sind grob unterteilt die vier Bereiche des E-Commerce. Alle Bereiche sind eng mit der Einkaufs-Abteilung des jeweiligen Unternehmens verzahnt. Bewerbern und Einsteigern rät Harald Fortmann im „Textilwirtschaft“-Interview: „Wer mehr der agile Agenturtyp ist, der sollte zu einem Pure Player gehen.“



Foto: pixabay

Wer dagegen ein nachhaltiges Geschäftsfeld in einem konservativen Unternehmen aufbauen will, ist bei einem Multichannel-Händler besser aufgehoben.“ Eine weitere Möglichkeit, Theorie mit Praxis zu verbinden, besteht darin, einen Dualen Studiengang an einer Hochschule zu belegen.“

Quelle: [www.twjobs.de](http://www.twjobs.de) ▲

## Digitalisierung schreitet voran

Mit dem Themenkomplex „Mode und E-Commerce“ hat sich auch die Creditreform Düsseldorf jüngst beschäftigt. So stellen die Wirtschaftsinformatiker fest, dass die Branche weniger unter mangelnder Nachfrage leidet als unter der Konkurrenz aus dem Internet.

Überdurchschnittlich hat sich der (Online-)Versandhandel in den ersten sechs Monaten 2016 entwickelt. So veröffentlicht das Statistische Bundesamt für den „Versand- und Internethandel

mit vorwiegend Textilien, Bekleidung, Schuhen und Lederwaren“ per Ende Juni ein Umsatzplus in Höhe von 5,8 Prozent.

Dieser Wert liegt unter der Wachstumsrate des allgemeinen (Online-)Versandhandels, der danach ein Plus von 7,6 Prozent erzielen konnte, aber markant unter den Zahlen, die nach BTE-Berechnungen genannt werden.

Danach lag der Umsatz des kleinen und mittelgroßen Textileinzelhandels in den ersten sechs Monaten im Durchschnitt rund ein bis zwei Prozent unter dem Vorjahreszeitraum – bei zum Teil großen Unterschieden zwischen den einzelnen Unternehmen.

Die ersten sechs Monate liefen damit für die meisten Modegeschäfte unbefriedigend, da das erste Halbjahr 2015 schon mit einem Umsatzminus von rund einem Prozent abgeschlossen hatte.

Quelle: 2017 Creditreform Düsseldorf ▲

# Einzelhandelsumsatz 2016 in Deutschland stabil zum Vorjahr



Foto: KN

Der Einzelhandelsumsatz mit Bekleidung sowie Haus- und Heimtextilien ist nach ersten Hochrechnungen des Bundesverbands des Deutschen Textileinzelhandels (BTE) im Jahr 2016 auf Vorjahresniveau geblieben. Das hat der BTE am 8. März dieses Jahres in einer Pressemitteilung veröffentlicht. Insgesamt lag das Marktvolumen von Bekleidung und Textilien im Einzelhandel in Deutschland im letzten Jahr damit bei 64 Milliarden Euro. Allerdings, so weiter, verlief das Geschäft in den einzelnen Vertriebsformen sehr unterschiedlich. Mittelständische Boutiquen und Modehäuser dürften im Schnitt rund ein bis zwei Prozent Umsatz verloren haben, wohingegen vertikale Modeketten wie H&M, Primark oder Zara um die gleiche Rate zulegen konnten. „Dieses Umsatzplus der Vertikalen resultiert jedoch oftmals aus einer Flächenexpansion“, wird BTE-Präsident Stefan Jost zitiert. Die Entwicklung beim Versandhandel: Der BTE schätzt, dass 2016 rund sechs Prozent mehr Bekleidung und Textilien per E-Commerce verkauft wurde.

Probleme bereiten dem mittelständischen Modehandel derzeit nach Angaben des BTE vor allem die zu frühen und umfangreichen Rabattschlachten. Als Ursachen dafür nennt

der Bundesverband die insgesamt zu großen Warenmengen im deutschen Markt sowie ein falsches Saisontiming bei der Wareneinstellung. Das führe dazu, dass etwa schon weit vor Weihnachten Winterware reduziert würde, weil kurz darauf bereits Frühjahrsware angeliefert wird. Weiterhin problematisch entwickle sich zudem die Kundenfrequenz in den Geschäften und Städten, da der Online-Bereich in fast allen Wirtschaftsbereichen weiterwächst und damit die Kundenströme verringert. Nach einer aktuellen BTE-Umfrage verringerte sich die Zahl der Kunden im vergangenen Jahr bei 70 Prozent der Umfrageteilnehmer.

Für 2017 ist der mittelständische Textil- und Modehandel dennoch zuversichtlich. Immerhin acht von zehn Modehändlern rechnen in diesem Jahr mit einem Umsatzzuwachs oder zumindest mit einem Pari.

Quelle: [www.bte.de](http://www.bte.de) ▲

## In der internationalen Modebranche ging es 2016 drunter und drüber

Entspannung zuhause, Chaos im Rest der Modewelt? Ja, wenn man einer Anfang Dezember 2016 veröffentlichten Studie der

Unternehmensberatung Mc Kinsey & Company glauben mag. Die drei wichtigsten Stichworte der Studie sind „unsicher, herausfordernd, instabil“. Wer hier Parallelen zur Weltlage im Allgemeinen sieht, mag richtig liegen. Für die Studie wurden 140 Brancheninsider befragt und 450 Modeunternehmen untersucht, um festzustellen, wie es um einen Industriezweig, der immerhin weltweit sagenhafte 2,4 Trillionen US-Dollar Gesamtwert umsetzt, bestellt ist. Nämlich nicht so gut. Der Report bestätigt, dass 2016 kein gutes Jahr für die Mode war. Große Marken wie Burberry oder Tom Ford hatten schon Anfang 2016 angekündigt, ihre Schauen und Vertriebswege auf „See now, buy now“ umzustellen – damit der Kunde sofort das bekommt, was er gerade auf dem Catwalk gesehen hat. Zahlreiche Personalwechsel in den Chefetagen der großen Modehäuser würzen seitdem eine Strategie, die den Druck und die zunehmende Geschwindigkeit des Geschäfts widerspiegelt.

Die Zahlen: Mit einem weltweiten Umsatzwachstum von etwa 2,5 Prozent erreicht die Branche ihr schlechtestes Ergebnis seit der Finanzkrise. Der Gewinn stagniert, die Gewinnmarge liegt vor Steuern bei knapp zehn Prozent. Noch härter trifft es Luxusmarken, aber auch solche im



Foto: KN

mittleren Segment. 67 Prozent der befragten Personen gaben an, dass 2016 die Bedingungen für das Modegeschäft schlechter geworden seien. Woran liegt das? Die Studie gibt als wesentliche Gründe das veränderte Kaufverhalten der Kunden an – die Rabatt-Kultur hat Konjunktur, kaum jemand, der noch zum regulären Preis kauft – und das Bedürfnis, sich informeller, bequemer zu kleiden. Ob es an der eigentlich allseits optimistischen Branche liegt oder einfach nur das Prinzip Hoffnung dahintersteckt: Auch Mc Kinsey schließt die Studie mit Blick auf 2017 mit der Aussicht auf ein wachsendes weltweites BIP ab. Auch Investorengruppen sowie 40 Prozent der befragten Brancheninsider glauben an eine Besserung in diesem Jahr.

Quelle: [www.mckinsey.com](http://www.mckinsey.com) ▲

### Grüne Mode: Textiles Upcycling

Der bayerische Strumpfhersteller Kunert entwickelt neue Strumpfhosen, darunter tatsächlich auch Netzstrumpfhosen, aus alten Fischernetzen. Andere Unternehmen verwenden Hanf, Bio-Baumwolle oder Seide. Das ist nachhaltig und damit sexy. Kreationen aus alten Stoffe und Materialien sind nun auch unter Hobby-Näherinnen und -Nähern angesagt. Ausgediente Haustextilien wie Bezüge ausrangierter Polstermöbel, Stofflampenschirme, Uralt-Gardinen werden dabei zu neuem Leben erweckt – in Form von Taschen, Accessoires oder einfachen Kleidungsstücken. Angepriesen und getauscht werden die upgecycelten Sachen auf Instagram, Facebook & Co. – die neuen Lieblingsplattformen der Modewelt.

### Insta, Facebook, Blogger & Apps

Insta, wie der digitale Dienst Instagram liebevoll von seiner Nutzergemeinde genannt wird, Facebook, Snapshat, Twitter und andere Plattformen im Internet sind aus der Beautybranche nicht mehr wegzudenken. Fast alle Labels versuchen über diese Kanäle, ihre Produkte und Kollektionen zu bewerben, ihr Image zu verbreiten, das Neukundengeschäft anzukurbeln und Bestandskunden zu pflegen. Das ist praktisch, nicht immer kostengünstig, dafür aber weltumspannend und vor allem zielgruppengerecht.

Blogger etwa holen ihre Zielgruppen dort ab, wo die klassische Werbung sie nach Angaben der Zeitung „Handelsblatt“ nicht mehr erreicht: im



Foto: KN

Internet. Das haben auch die Marken erkannt und finanzieren großzügig die Ausflüge von Social-Media-Stars in die Metropolen dieser Welt, von wo aus sie dann über die großen Schauen berichten. Influencer nennt man diese meist jungen Blogger, die es irgendwie schaffen sollen, die kurze Aufmerksamkeitsspanne ihrer ebenfalls jungen Zielgruppen zu erwischen, so berichtet die Zeitung weiter, und bringt auch gleich die Zahlen des Kosmetikunternehmens L'Oréal als Beispiel: „Die junge Zielgruppe, die oft noch zur Schule geht, verbringt mehr Zeit in den sozialen Medien als vor dem Fernseher.“

Das macht sich auch bei der Verteilung der Werbeausgaben bemerkbar: 413 Millionen Euro hat L'Oréal in Werbung investiert. Ein immer größerer Prozentsatz entfällt dabei auf digitales Marketing, bei manchen Marken des Konzerns liegt der Anteil bei bis zu 40 Prozent.“

Eine Luxusmarke, Burberry, geht jetzt auch noch einen weiteren Weg. Das britische Kleiderlabel testet zurzeit eine neue App, die zum diesjährigen Weihnachtsgeschäft ausgerollt werden soll. Ziel ist es nach Aussagen des Unternehmens, mit dieser App „gute Beziehungen zu den Kunden zu pflegen“.

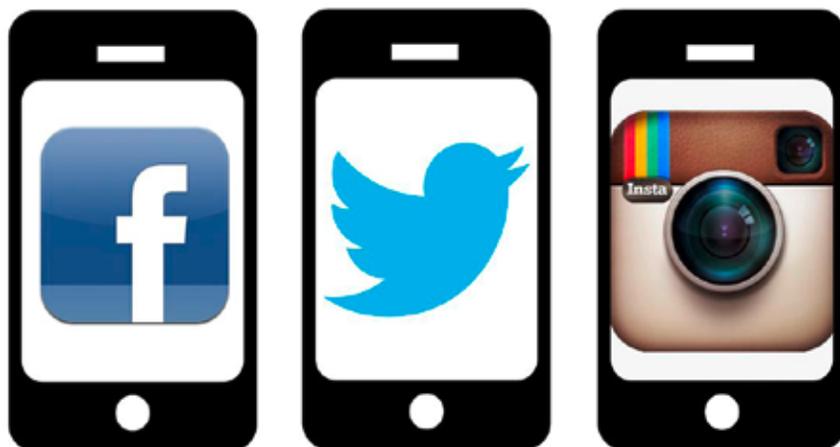


Foto: pixabay

# Stadtwerke-Windräder produzieren CO<sub>2</sub>-freien Strom – Auch Unternehmen können Anteile zeichnen

Nach mehrjähriger Planung und einem umfangreichen Genehmigungsverfahren sind zwei Windenergieanlagen der Stadtwerke Neuss auf einem Feld südlich von Neuss-Hoisten in Betrieb gegangen. Die beiden Windräder sollen CO<sub>2</sub>-freien Strom zur Versorgung von rund 3.100 Haushalten erzeugen. Die Windräder mit Nabenhöhen von 108 bzw. 138 Metern Höhe wurden von einem der deutschen Marktführer für Windenergieanlagen, der Firma Enercon aus Aurich, hergestellt.

Gleichzeitig mit der Inbetriebnahme ermöglichen die Stadtwerke Neuss den Neusser Bürgerinnen und Bürgern sowie Unternehmen und Organisationen mit Sitz in Neuss, sich über einen Sparbrief an einem der beiden Windräder zu beteiligen. „Mit der Volksbank Düsseldorf Neuss eG haben wir einen kompetenten regionalen Partner gefunden, über den wir den Sparbrief „Windenergie“ anbieten. Unseren interessierten Strom- und Gaskunden ist so eine attraktive jährliche Zinsausschüttung von 2,0 Prozent garantiert. Neusser, die nicht Kunden

der Stadtwerke sind, haben auch die Möglichkeit, sich zu beteiligen. Sie erhalten 1,5 Prozent Zinsen jährlich. Es lohnt sich also, unser Kunde zu sein oder zu werden“, stellt Stadtwerke-Geschäftsführer Stephan Lommetz das Beteiligungsprodukt vor.

Der Sparbrief hat eine Laufzeit von fünf Jahren. Die Mindestbeitragshöhe pro Sparer beträgt 500 Euro. Ab 1.000 Euro ist eine Beteiligung in 1.000 Euro-Schritten bis hin zu maximal 20.000 Euro pro Person, Firma, Institution und Mitarbeiter der Stadtwerke Neuss möglich. Interessenten können sich ab dem 2. April 2017 über ein Kontaktformular auf der Homepage der Stadtwerke Neuss bewerben.

## Windräder setzen Energiewende vor Ort um

„Die Fragen rund um die Machbarkeit hinsichtlich der von den Gesellschaftern gewünschten Errichtung von Windrädern in der insgesamt dicht besiedelten Stadt Neuss sind von den Stadtwerken Neuss sehr verantwortungsvoll und gründlich geprüft worden. Für die Sorgen

und Nöten der Menschen habe ich größtes Verständnis. Die Windräder sind der Beitrag der Stadtwerke Neuss zur Umsetzung der Energiewende vor Ort. Nach Expertenmeinung sind damit keine weiteren Standorte für Windkraft in Neuss realisierbar. Hätten die Stadtwerke nicht gebaut, dann hätten es andere Investoren machen können. Die Neusser Bürger erhalten die Möglichkeit, sich über einen Sparbrief an dem Projekt zu beteiligen“, erklärt Dr. Jörg Geerlings, Aufsichtsratsvorsitzender der Stadtwerke Neuss Energie und Wasser GmbH. „In unmittelbarer Nähe der Windräder wird in Kürze eine Streuobstwiese von 3,5 Hektar Größe als Ausgleichsfläche neu angelegt“, erklärt Stadtwerke-Projektleiter Johannes Steinhauer. Rund 2.100 Volllaststunden mit etwa 6.500 Betriebsstunden pro Jahr und Anlage sollen einen Bruttoertrag von rund 10 Gigawattstunden jährlich erbringen.

**Alle Konditionen, alle Infos:**  
[www.stadtwerke-neuss.de/buergerbeteiligung](http://www.stadtwerke-neuss.de/buergerbeteiligung) ▲



Vorstellung der neuen Windräder bei Neuss-Hoisten: Bürgermeister Reiner Breuer, Stadtwerke-Geschäftsführer Stephan Lommetz, Aufsichtsratsvorsitzender Dr. Jörg Geerlings und Stadtwerke-Projektleiter Johannes Steinhauer (v.r.n.l.). Foto: Stadtwerke Neuss

# VHS: Vielfältiges Kursangebot zur Textilgestaltung

Die Volkshochschule (VHS) als Kommunales Weiterbildungszentrum der Stadt bietet insgesamt zehn Kurse an, die sich mit textiler Gestaltung beschäftigen.

Der Kurs „Nähen und Zuschneiden – Fortgeschrittene“ ist gleich zweimal im Angebot. Die Teilnehmenden bekommen Sicherheit im Umgang mit Schnittmustern und deren Veränderung. Mitzubringende Materialien sind die eigene Nähmaschine, Schnitt(e), Stoff, Schneiderkreide, Schere, Stecknadeln und ein Handmaß. Es werden darüber hinaus Materialkosten erhoben.

„Stricken und Häkeln für Einsteiger und Fortgeschrittene“ findet jeweils Donnerstags statt. Gewerkelt wird in fröhlicher Runde mit fachkundiger Begleitung. Angefangene oder auch erst einmal nur Wunschprojekte sollen mit zum Kurs gebracht werden. Auch wer noch keine konkreten Ideen für ein Projekt hat und nach Anregungen sucht, ist herzlich willkommen. Mitzubringende Materialien: Wolle, Häkel-, Strick- und Stopfnadeln sowie eine Schere.

Wie man kreative Geschenke aus Filz anfertigt, erlernt man im gleichnamigen Kurs. Er wird wie der Nähkurs auch gleich doppelt angeboten. Über drei Wochen hat man die Möglichkeit verschiedene Filztechniken im Trockenfilzen und Nassfilzen zu erlernen, zu kombinieren und damit zu experimentieren.

Die Filzwohle kann in verschiedensten Farben im Kurs direkt bei der Dozentin erworben werden und wird nach persönlichem Verbrauch abgerechnet, maximal jedoch etwa 10 Euro pro Kurs. Für Einsteiger und Fortgeschrittene. Gearbeitet wird in Kleingruppen mit bis zu acht Teilnehmenden.

Mit Spitzenklöppeln wird bei der VHS ein altes Handwerk neu belebt – und wie! Gleich fünfgleisig ist der Kurs angesetzt. Was in früheren Zeiten oft als lebensnotwendiger Broterwerb diente, wird heute in der Regel als entspannende, kreative Tätigkeit in einer zunehmend hektischen Zeit empfunden.

Spitzenklöppeln von den Grundschnitten über traditionelle Spitze und spezielle Stilrichtungen

bis zu modernen Motiven zu erlernen und als sinnvolle "produktive" Freizeitbeschäftigung zu nutzen, ist das Ziel dieser Seminare. Es werden Materialkosten für eine Erstausrüstung erhoben.

## Alle Seminargebühren, Termine und weitere Infos:

**Volkshochschule Neuss  
im Romaneum**

**Brückstraße 1  
41460 Neuss**

**Telefon: 02131 904151**

**E-Mail: [info@vhs-neuss.de](mailto:info@vhs-neuss.de)**

**[www.vhs-neuss.de](http://www.vhs-neuss.de)** ▲

Wir machen Ihre Feier liebenswert, lecker und logistisch möglich!



## PARTYSERVICE CATERING

Im Taubental 33

Tel. 02131/3 56 11

Mobil 0170/4 17 88 10

**Denjel**

[mail@partyservice-denjel.de](mailto:mail@partyservice-denjel.de)

41468 Neuss (Grimlinghausen)

Fax 02131/36 49 65

[www.partyservice-denjel.de](http://www.partyservice-denjel.de)

# Wie KMU im „War for Talents“ punkten können

Ein Duales Studium an der FOM Neuss hilft Studierenden und Unternehmen gleichermaßen

Im "War for Talents" um qualifizierte Fach- und Führungskräfte haben kleine und mittlere Unternehmen oft schlechte Karten. Die Rankings der beliebtesten Arbeitgeber führen eher die großen Konzerne an. Ein Problem: Oft kennen die Bewerber die kleineren Unternehmen nicht, weil sie kaum in Erscheinung treten. Und so haben gerade die KMU große Schwierigkeiten, sich ihren Fachkräftenachwuchs zu sichern. Viele Unternehmen im Rhein-Kreis Neuss haben das erkannt und sorgen selbst dafür, sich als Arbeitgeber attraktiver zu machen – zum Beispiel mit Fort- und Weiterbildungen zur Mitarbeiterförderung.

Das dies ein geeignetes Instrument ist, zeigt die Studie Digitalisierung in Bildungsprozessen. 94 Prozent der dort befragten Unternehmen setzen Fort- und Weiterbildungen zur gezielten Förderung der Mitarbeiter ein. Mehr als jedes zweite Unternehmen bietet seinen Mitarbeitern berufsbegleitende Studienprogramme an. Duale Studiengänge sehen die

Befragten dabei als sinnvolles Instrument für die Bewältigung des Fachkräftemangels an (86 Prozent), insbesondere, weil sie als praxisnäher gelten als nicht-duale Programme. Dies gaben 79 Prozent der Unternehmen an. Rund 85 Prozent der befragten Unternehmen würden ihre Mitarbeiter finanziell bei einem solchen Studium unterstützen.

Auch im Rhein-Kreis Neuss setzen Betriebe verstärkt auf ein Duales Studium für ihre Mitarbeiter: „Der Bedarf an qualifizierten Fach- und Führungskräften wächst. Der demografische Wandel erschwert bereits heute, geeignetes Personal in ausreichender Zahl zu finden“, so Thomas Ebel, Ausbildungsleiter bei Xerox. „Die Fachkräfte von morgen sichern – das ist die Herausforderung der Zukunft, auch für unser Unternehmen.“

Im Hochschulbereich Duales Studium der FOM können sich Schulabgänger mit (Fach)-Abitur parallel zu einer betrieblichen Ausbildung akademisch qualifizieren und staatlich sowie international anerkannte Bachelor-Abschlüsse erlangen. Im Fokus der Lehre stehen praxisorientierte Studiengänge aus den Bereichen Wirtschaftswissenschaften, Gesundheitswissenschaften, Wirtschaftsinformatik und Ingenieurwesen.

Das Studium wird parallel zu praktischer Ausbildung im Betrieb und Berufsschule an der FOM in Neuss absolviert. Je nach Studienzeitmodell z.B. abends und am Wochenende, im Tages- oder Block-Studium. Durch die Kombination von Ausbildung und Studium können die Absolventen nach dreieinhalb Jahren sowohl mit Berufserfahrung als auch akademischem Know-how punkten.

Übrigens: Ein Duales Studium muss nicht unbedingt mit einer klassischen IHK-Ausbildung kombiniert werden. Es kann zum Beispiel auch ein Trainee-Programm oder ein Praktikum im Unternehmen mit einem Bachelor-Hochschulstudium verknüpft werden.

Weitere Informationen zum (Dualen) Studium an der FOM in Neuss gibt es telefonisch unter 02131/15119-10, nach Anmeldung im persönlichen Gespräch im Neusser Hochschulzentrum Hammfeld-damm 2 und im Internet unter: [www.fom.de](http://www.fom.de).

Hier in Neuss.



## Die Hochschule. Für Berufstätige.

BACHELOR

**BACHELOR OF ARTS (B.A.)**  
Studiengänge:

- Business Administration
- Angewandte Pflegewissenschaft NEU.
- Gesundheits- und Sozialmanagement
- Gesundheitspsychologie & Medizinpädagogik NEU.
- Pflegemanagement NEU.
- Soziale Arbeit NEU.
- Marketing & Digitale Medien

**BACHELOR OF SCIENCE (B.SC.)**  
Studiengang:

- Wirtschaftsinformatik

MASTER

**MASTER OF SCIENCE (M.SC.)**  
Studiengang:

- Medizinmanagement NEU.



0800 1 95 95 95

fom.de

Semesterstart  
März und September

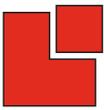
Aachen · Augsburg · Berlin · Bochum · Bonn · Bremen · Dortmund · Duisburg · Düsseldorf  
Essen · Frankfurt a. M. · Gütersloh · Hagen · Hamburg · Hannover · Kassel · Köln · Leipzig  
Mannheim · Marl · München · Münster · Neuss · Nürnberg · Siegen · Stuttgart · Wesel · Wuppertal

	Hammer Landstr. 115-117	Bürogebäude am RheinparkCenter	Bürofläche: 5.667 m <sup>2</sup>	Mietpreis: Auf Anfrage zzgl. NK und gesetzl. MwSt.
	Venloer Str. 188	Moderne und helle Büroflächen in zentraler Lage mit hervorragender Verkehrsanbindung	Bürofläche: 90 m <sup>2</sup>	Mietpreis: 810,00 € zzgl. NK 160,00 € Keine MwSt.
	Pfarrer-Klinker-Straße 1	Neuss Nord - interessantes Gewerbeobjekt mit ausreichend Lagerflächen und Stellplätzen	Gesamtfläche: 194 m <sup>2</sup> 4 Stellplätze	Kaufpreis: 285.000,00 € Provision 3,57% inkl. gesetzl. MwSt.
	Niederstraße 36-38	Attraktives Ladenlokal in der Innenstadt	Verkaufsfläche: 110 m <sup>2</sup>	Mietpreis: Auf Anfrage
	Hellersberg Str. 6	Servicefläche, Showroom und Halle mit Rampen- andienung	Gesamtfläche: 901 m <sup>2</sup> Bürofläche: 175 m <sup>2</sup> Lagerfläche: 726 m <sup>2</sup> 20 Stellplätze	Mietpreis: 4.400,- € zzgl. NK 1.500,00 € und gesetzl. MwSt.
	Hammfelddamm 6	Repräsentative Bürofläche im Gewerbegebiet Hammfelddamm	Bürofläche: ab 130 m <sup>2</sup> bis 800 m <sup>2</sup> weitere Flächen auf Anfrage	Mietpreis: ab 7,50-9,00 €/m <sup>2</sup> zzgl. NK 1,50 €/m <sup>2</sup> und gesetzl. MwSt.
	Fuggerstraße 7-9	Top Lagerfläche mit kleinem Büro und Sozialraum	Bürofläche: 200 m <sup>2</sup> Lagerfläche: 1.712 m <sup>2</sup> Freifläche: 2.000 m <sup>2</sup>	Mietpreis: 3,50 €/m <sup>2</sup> zzgl. NK und gesetzl. MwSt.
	Im Taubental 52	Moderne Halle mit Büro und Sozialräumen im Neusser Süden	Gesamtfläche: 788 m <sup>2</sup> Bürofläche: 128 m <sup>2</sup> Lagerfläche: 480 m <sup>2</sup>	Mietpreis: 4,00 €/m <sup>2</sup> zzgl. NK und gesetzl. MwSt.
	Kaarster Str. 71	Neuss Furth – Lebensmittelgeschäft in Toplage in der Nordstadt	Gesamtfläche: 1.028 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche: 663 m <sup>2</sup> Nebenfläche: 365 m <sup>2</sup>	Mietpreis: 7.600,- € zzgl. NK 1.200,- € keine gesetzl. MwSt.
	Krefelder Str. 49	Ladenlokal in der Neusser Innenstadt	Gesamtfläche: 310 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche: 252 m <sup>2</sup> Nebenfläche: 58 m <sup>2</sup>	Mietpreis: 3.300,00 € zzgl. NK und gesetzl. MwSt



## GEWERBEGEBIET NEUSS-GRIMLINGHAUSEN

Mietflächen für jeden Bedarf!



**RheinRealNeuss**

Vermietung ■ Verwaltung ■ Gebäudeservice

☎ **02131 60 62 00**

✉ [info@rheinrealneuss.de](mailto:info@rheinrealneuss.de)



### Forum II

**Im Taubental 15, 41468 Neuss**

Hallenfläche: 1735 m<sup>2</sup>

Büro: 132 m<sup>2</sup>



### Forum I

**Forumstr. 12, 41468 Neuss**

Bürofläche: 294 m<sup>2</sup>

PKW-Stellplätze: vorhanden



### Hallen- Bürokombinationen

**Sperberweg 4, 41468 Neuss**

verschiedene Kombinationsmöglichkeiten

Bürofläche: 73 - 850 m<sup>2</sup>

Hallenfläche: 242 - 1.122 m<sup>2</sup>



### Gewerbepark Sperberweg

**Sperberweg 4, 41468 Neuss**

Bürofläche: 205 m<sup>2</sup>

PKW-Stellplätze: vorhanden



### Ariston-Haus

**Bussardweg 18, 41468 Neuss**

Archivfläche: 190 m<sup>2</sup>



### Weitere Objekte auf Anfrage!

**Mietflächen in Neuss**

Büros

Archivflächen

Parkplätze

Hallen

Freiflächen

# Das TextilTechnikum

**W**er sich für handwerkliche Aspekte der Textil- und Bekleidungsindustrie interessiert, der sollte sich auf den kurzen Weg nach Mönchengladbach machen und dem TextilTechnikum einen Besuch abstatten. Das TextilTechnikum ist eine international einzigartige Sammlung der Textiltechnik mit etwa 150 Maschinen.

Seit vielen Jahren hat die Stadt dafür Webstühle, Spinnmaschinen und andere Gerätschaften aus alten Fabriken zusammengetragen. Im Mittelpunkt der Maschinen steht die Weberei.

Die Spanne reicht von den ältesten Webstühlen bis zur modernen Luftdüsenteknik. Hier werden Zeugnisse der textilen Vergangenheit aufbewahrt, restauriert und wieder gangbar gemacht. Das denkmalgeschützte Monforts Quartier, eine ehemalige Textilmaschinenfabrik, eignet sich als Standort für diese Zwecke in besonderer Weise.

Das TextilTechnikum zeigt nicht allein historische Technik. Es ist Anknüpfungspunkt für viele Kooperationspartner wie beispielsweise die Textilbetriebe vor Ort oder den international renommierten Textilfachbereich der benachbarten Hochschule Niederrhein. So können historische Entwicklungen mit den Anforderungen des modernen Forschungs- und Ausbildungsbetriebs verbunden werden.

Hier beheimatet ist auch die größte Farbstoffsammlung der Welt: 10.600 Gebinde sind es – auf den Punkt. 3.000 Fläschchen mit Farbpigmenten werden im TextilTechnikum präsentiert. „Die historische Farbstoffsammlung der Hochschule Niederrhein wird jetzt erstmals wissenschaftlich analysiert und erforscht“, sagte Jürgen Schram, Professor für instrumentelle Analytik am Fachbereich Chemie der Hochschule Niederrhein.

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung fördert das regional- und kulturhistorische Projekt „Weltbunt“ mit 550.000 Euro. Beteiligt sind neben der Hochschule Niederrhein das Museum Schloss Rheydt, das Deutsche Textilmuseum Krefeld, die TH Köln und die TU Dresden.

[www.textiltechnikum.de](http://www.textiltechnikum.de) ▲



Quelle: [www.textiltechnikum.de](http://www.textiltechnikum.de) Foto: KN

# Aus- und Weiterbildungsmesse Neuss am 31.5.2017

**A**m Mittwoch, 31. Mai 2017, 10 bis 17 Uhr findet im Zeughaus Neuss eine Aus- und Weiterbildungsmesse statt. Veranstalter ist die Wirtschaftsförderung Neuss in Zusammenarbeit mit der Agentur für Arbeit, der Industrie- und Handelskammer Mittlerer Niederrhein, dem Rhein-Kreis Neuss und dem DEHOGA Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V..

Die Messe richtet sich an alle, die an beruflicher Bildung interessiert sind, Unternehmen wie Beschäftigte. Auf dem Hintergrund des bereits bestehenden und sich noch weiter verschärfenden Fachkräftemangels gewinnen Aus- und Weiterbildungsfragen für Unternehmen zunehmend

an Bedeutung. Neben der Gewinnung von neuen Fachkräften bietet Weiterbildung die Möglichkeit, bereits vorhandene Potenziale von Mitarbeitern besser auszuschöpfen.

## Was kann Ihnen die Aus- und Weiterbildungsmesse anbieten?

Die Messe startet mit einem einführenden Vortrag des Kompetenzzentrums Fachkräftesicherung am Institut der deutschen Wirtschaft Köln e.V.

Während des ganzen Tages haben Sie Gelegenheit, sich an den jeweiligen Ständen der regionalen Aus- und Weiterbildungsunternehmen

und Hochschulen zu informieren und Kontakte zu knüpfen. Sie erhalten einen Einblick in Fördermöglichkeiten und können an kostenlosen Workshops teilnehmen.

Gerne nehmen wir Anregungen und spezielle Fragestellungen entgegen, damit wir das Angebot möglichst passgenau am Bedarf der Unternehmen ausrichten können.

**Mail an:**  
[wirtschaftsfoerderung@stadt.neuss.de](mailto:wirtschaftsfoerderung@stadt.neuss.de) ▲

**Eine persönliche Einladung an alle Neusser Unternehmen wird ca. 3-4 Wochen vor der Veranstaltung versendet.**

## Großartig für Mitarbeiter und Kunden: Die Sparkasse Neuss ist ein „Great Place to Work!“

**D**as unabhängige Great Place to Work® Institut zeichnet jährlich Unternehmen aus, die für „ein glaubwürdiges Management stehen, das fair und respektvoll mit den Mitarbeitern zusammenarbeitet. Ebenso wichtig für die Bewertung ist eine hohe Identifikation der Beschäftigten und ein starker Teamgeist.“ (Zitat Great Place to Work®).



Große Freude bei den „Sparkässlern“: Der Direktor Personal und der Vorstandsvorsitzende Michael Schmuck nehmen den Pokal in Empfang.  
Foto: Great place to work

Die Sparkasse Neuss hat in diesem Jahr erstmals an dem deutschlandweiten Wettbewerb teilgenommen und landete mit Platz 17 auf

Anhieb unter den Top 100 in der Kategorie der Unternehmen von 500 bis 2.000 Mitarbeitern bundesweit. Dies gab das Great Place to Work® Institut Deutschland am 14.03.2017 in Berlin bekannt.

Die Überraschung im Unternehmen war natürlich groß, als die hervorragende Platzierung auf der Preisverleihung bekannt gegeben wurde:

„Wir freuen uns sehr über diese Auszeichnung. Damit werden wir für unsere herausragenden gemeinschaftlichen Anstrengungen für eine gute Unternehmenskultur belohnt.“ sagte Vorstandsvorsitzender Michael Schmuck.

Auch die Kunden profitieren davon, dass die Sparkasse Neuss ein „Great Place to work“ sei, so der Vorstandsvorsitzende weiter: „Wir glauben fest daran, dass nur hoch motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die beste Beratung für unsere Kunden bieten. Daher werden wir auch weiterhin in unsere Unternehmenskultur und unsere Beraterinnen und Berater investieren, um unsere Servicequalität stetig und nachhaltig zu verbessern. Immer im Sinne unserer Kunden.“

Die Auszeichnung mache die Sparkasse natürlich auch für neue Mitarbeiter/innen attraktiv: „Wir möchten die Besten der Besten haben.



Da ist es schon ein Vorteil, hochqualifiziert ausgebildeten Menschen sagen zu können: Wir sind ein ausgezeichnetes Unternehmen.“, sagte Schmuck.

Zuvor war die Sparkasse Neuss bereits im Februar als eines von sieben Unternehmen in der Kategorie „Beste Arbeitgeber NRW 2017“ ausgezeichnet worden. Hier erreichte das Kreditinstitut einen hervorragenden dritten Platz.

# Individuelle Outfits und Kostüme nach Maß

**H**inter TWO-B verbirgt sich das Designerduo Anne Bungartz und Stephan Blödgen, das sich durch einen glücklichen Zufall über den Immobilienservice der Wirtschaftsförderung in Neuss einen Traum erfüllen konnte: Ein geräumiges Atelier, wo Menschen zusammentreffen, die das Außergewöhnliche lieben.

Im Barbaraviertel werden textile Unikate für Menschen angefertigt, die Wert auf Individualität legen und sich nicht nach Trends und Konfektion richten möchten.

Zum exklusiven Kundenkreis gehören Frauen und Männer im Alter von 18 bis 80, die auf der Suche nach einem bezahlbaren Einzelstück sind und auf dem manchmal monotonen Modemarkt nicht fündig werden.

Das Anfertigungsspektrum umfasst die Herstellung von Korsetts, Korsagen, Kostümen für Show und Bühne, Kleidern, Röcken, Jacken und den dazu passenden Accessoires.

Für eine Party, Show oder ein privates Event entstehen in sorgfältiger Handarbeit Einzelstücke, die auf den Geschmack und die Passform des Kunden zugeschnitten sind.

Was nicht passt wird passend gemacht und der Kunde ist das Maß aller Dinge.

Besonders viel Wert wird auf eine persönliche Beratung in familiärer Atmosphäre gelegt. Denn hinter jedem Projekt steht ein Individuum, eine Persönlichkeit, ein Mensch.

TWO-B verstehen sich nicht nur als Handwerker, sondern als Anlaufstelle für Individualisten, die auf der Suche nach etwas Besonderem sind.

**TWO-B GbR**  
**Anne Bungartz & Stephan Blödgen**  
**Heerdterbuschstraße 10**  
**41460 Neuss**  
**Tel.: +49 (0) 2131 7397893**  
**email: [info@two-b.design](mailto:info@two-b.design)**  
**[www.two-b.design](http://www.two-b.design)** ▲



## Arbeitskreis „Recht“

**D**as Amt für Wirtschaftsförderung der Stadt Neuss plant derzeit, zusammen mit der Rechtsanwältin Sabrina Keese-Haufs, die Realisierung eines Arbeitskreises zum Thema „Recht“.

Dieser Arbeitskreis soll 4 x im Jahr stattfinden und eine Teilnehmerzahl von maximal 15 Personen umfassen. Pro Termin werden ca. 3 Stunden veranschlagt. Die Teilnehmer haben für die 4 Veranstaltungen einen festen Beitrag zu entrichten, dessen Höhe noch festgelegt wird. Die Referentin, Rechtsanwältin Sabrina Keese-Haufs, hat in der Vergangenheit schon erfolgreich Workshops zum Thema „Online Marketing? – Aber SICHER“ bei uns im Haus durchgeführt.

Die Themen, die im Rahmen des geplanten Arbeitskreises behandelt werden, könnten zum Beispiel wie folgt aussehen:

- Haftungsrisiken im Unternehmen angemessen steuern (insbesondere unter Einbeziehung aktueller Gesetze – IT-Sicherheitsgesetz, Europäische Datenschutz Verordnung)
- Vertragsrecht und AGB – ist weniger manchmal mehr? Was ist überhaupt sinnvoll zu regeln?
- IT-Recht – Online Marketing – Was sollte angepasst werden? Wo liegen hier Risiken für mein Unternehmen?
- Wunschthema – zum Beispiel Arbeitsrechtliche Themen, Gesellschaftsrechtliche Themen (Unternehmensnachfolge) etc.

Diese Themen sind nur beispielhaft genannt, d. h. sie müssen noch nicht zwingend Gegenstand der Treffen sein. Zu den einzelnen Themen wird es jeweils einen Impulsvortrag von Frau Keese-Haufs geben. Anschließend werden

die Teilnehmer dann, anhand des Vortrages, gemeinsam das Thema erschließen und erarbeiten. Dies geschieht in der Form, dass Sie als Unternehmer/in einen direkten Mehrwert davon haben.

Es geht bei den Treffen nicht darum, Paragraphen zu erläutern sondern vielmehr darum zu verstehen, was der Gesetzgeber / Rechtsprechung mit den Regelungen erreichen will und wie man diese – mit einem an das Unternehmen angepassten Aufwand- umsetzen kann. Jeder muss in die Lage versetzt werden, die Risiken zu kennen und dann zu entscheiden welche beseitigt werden sollen und in welcher Form.

**Bei Interesse wenden Sie sich bitte an:**  
**Beatrix Schuren**  
**02131-903110**  
**[beatrix.schuren@stadt.neuss.de](mailto:beatrix.schuren@stadt.neuss.de)** ▲



**Service-Druck®**

**Offsetdruck.  
Digitaldruck.  
Druckveredlung.  
Web-to-Print.**

Anzeige

#### Unsere Mediadaten finden Sie hier:

[www.neuss.de/wirtschaft/veroeffentlichungen/gewerbe-post](http://www.neuss.de/wirtschaft/veroeffentlichungen/gewerbe-post)

**Zielgruppe:** Die Gewerbe-Post richtet sich an Gewerbetreibende, an Unternehmen insbesondere aus Dienstleistung, Industrie und Handel sowie an Institutionen in Stadt und Verwaltung im Gebiet der Stadt Neuss.

**Redaktionelle Ausrichtung:** Die Gewerbe-Post wird vom Amt für Wirtschaftsförderung der Stadt Neuss herausgegeben. Sie dient als Bindeglied und Kommunikationsplattform zwischen der Stadt Neuss und den Unternehmen im gesamten Stadtgebiet. Das Team im Amt für Wirtschaftsförderung kommuniziert nützliche Informationen und Serviceleistungen rund um die Wirtschaft in der Stadt Neuss. Gestärkt werden soll nicht nur die Identifikation mit dem Wirtschaftsstandort, sondern auch die Kommunikation der einzelnen Unternehmen miteinander, der Austausch in direkter Nachbarschaft.

**Auflage:** Die Gewerbe-Post erscheint 3-4 x pro Jahr und ist für ihre Leser kostenlos. 5000 Exemplare werden im Gebiet der Stadt Neuss zielgruppengerecht ohne Streuverluste versandt. Weitere rund 1000 Exemplare werden an entsprechenden Stellen ausgelegt.

**Anzeigen:** Neben der Redaktion bietet die Gewerbe-Post die Möglichkeit, Produkte und Dienstleistungen in einem „Unternehmensporträt“ darzustellen. Redaktionell spannend aufgemacht und mit hohem Lesernutzen versehen, wird der Beitrag nach Ihren Wünschen gestaltet. Ein Unternehmensporträt ist ab 1/1 Seite möglich und wird mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet. Von der gestalteten Seite erhalten Sie eine PDF-Datei für Ihre weitere marketingtechnische Verwendung. Zudem wird die gesamte Ausgabe der Gewerbe-Post als Datei (PDF) auf den Internet-Seiten der Wirtschaftsförderung zum Download zur Verfügung gestellt.

Darüber hinaus sind reguläre Anzeigen in verschiedenen Formaten buchbar. Gerne unterstützen wir Sie bei der Gestaltung Ihrer Anzeige.

## Impressum

### Herausgeber:

Stadt Neuss, Der Bürgermeister  
Amt für Wirtschaftsförderung  
Oberstraße 7-9 | 41460 Neuss  
Tel. 02131 | 90-3101 · Fax 02131 | 90-2473  
[wirtschaftsfoerderung@stadt.neuss.de](mailto:wirtschaftsfoerderung@stadt.neuss.de)  
Digitale Ausgabe: [www.neuss.de/wirtschaft](http://www.neuss.de/wirtschaft)

### Redaktion:

Susanne Jordans · Presse- und Öffentlichkeitsarbeit,  
Journalismus und Redaktion, Übersetzungen  
Ingeborg Begalke (V.i.S.d.P.)  
Gertrud Meyer

### Herstellung:

SD Service-Druck GmbH & Co. KG, Neuss  
[www.service-druck.de](http://www.service-druck.de)

© Stadt Neuss  
Stadt Neuss Wirtschaftsförderung  
® GP (Logo) Gewerbe-Post ist ein  
eingetragener, geschützter Titel

**Titelfoto: Stadt Neuss**



### Copyright

Für unverlangt eingereichtes Material (Bilder, Texte etc.) sowie für eingereichte Anzeigenmotive/-Texte übernehmen wir keine Haftung. Wird Material unverlangt eingereicht, so gehen die Rechte zur Veröffentlichung an den Herausgeber. Berichte und Fotos dürfen (auch auszugsweise) nur mit vorheriger Genehmigung des Herausgebers nachgedruckt oder kopiert werden. Die Urheberrechte für die von Service-Druck konzipierten und gestalteten Anzeigen liegen beim Herausgeber und dürfen nicht ohne vorherige Genehmigung veröffentlicht werden.

**Sie haben Anregungen für uns?  
Dann schreiben Sie uns bitte eine E-Mail.  
Wir freuen uns auf Ihr Feedback:  
[wirtschaftsfoerderung@stadt.neuss.de](mailto:wirtschaftsfoerderung@stadt.neuss.de)**

Die nächsten Ausgaben der Gewerbe-Post:  
Ausgabe 2/17 (ET Juni): Kooperationen und Netzwerke in der Wirtschaft  
Ausgabe 3/17 (ET September): Unsere Stadt in Zukunft



**Zeughaus Neuss:**

**Einzigartige Atmosphäre in historischem Umfeld**

Liebevoll restauriertes Kirchengebäude • Modernste Event-Infrastruktur • Räume mit Charme, Niveau und Ruhe • Lichtdurchflutetes Atrium für Empfänge – Räume für Konferenzen und Seminare • Großer Hauptsaal für Kultur-Events

**Das gewisse Etwas, für Events von Kongress bis Konzert**

**Zeughaus Neuss**

Markt 42–44 • 41460 Neuss

Für weitere Informationen:

**Neuss Marketing GmbH & Co. KG**

Oberstraße 7–9 • 41460 Neuss,

Telefon + 49 (0) 2131 90-8305 • Telefax + 49 (0) 2131 277389

vermietung@neuss-marketing.de • www.neuss-marketing.de



**Großzügige Freiräume für jeden Event-Wunsch**

- Größter Veranstaltungsraum der Stadt
- Platz für über 1.100 Gäste
- Drei attraktive Foyers
- Direkte Hotel-Anbindung
- Professionelles Catering
- Perfekt für Kultur-, Sport- oder Wirtschafts-Events

**Stadthalle Neuss**

Selikumer Str. 25 • 41460 Neuss

**Repräsentativ, professionell  
und vielseitig.**

