

IHK MAGAZIN meo

MÜLHEIM
ESSEN
OBERHAUSEN



AUSGABE 0423



UNSER THEMENSCHWERPUNKT

Innenstadt- entwicklung in der MEO-Region

UNSERE UNTERNEHMEN

Wie eine Geschäftsidee
aus einer Erdnuss wuchs

UNSERE THEMEN

IHK-Jahresempfang
2023

UNSERE REGION

Logistikstandort
Essen

WAS WIR MAL WERDEN WOLLEN: STOLZ AUF UNS.

**JETZT
#KÖNNENLERNEN**



**GEMEINSAM
MIT IHREM
BETRIEB!**



**Ausbildung
macht mehr
aus uns**

Unter dem Motto **Jetzt #könnenlernen** läuft die erste bundesweite Azubi-Kampagne der IHKs – eine echte Mitmachkampagne auch für Ihren Betrieb. Seien Sie dabei und nutzen Sie Botschaften und Motive, die ein neues „Lebensgefühl Ausbildung“ nach außen tragen. Die Werbemittel werden Teil eines Kommunikationspakets speziell für Betriebe sein und können auf Ihren digitalen Kanälen oder direkt bei Ihnen vor Ort platziert werden. Gemeinsam zeigen wir dem ganzen Land und speziell der jungen Generation: **Ausbildung macht mehr aus uns.**

Für weitere Informationen wenden Sie sich an Ihre regionalen IHK-Ansprechpartner:innen.

Perspektiven für die Entwicklung der Innenstädte in unserer MEO-Region

Liebe Leser und Leserinnen, viele Innenstädte leiden unter Leerständen, dem ungewissen Schicksal von Kaufhäusern, der Aufgabe von Traditionsgeschäften und geringen Besucherzahlen. Die Anfänge dieser Entwicklungen liegen zumeist Jahre – wenn nicht gar Jahrzehnte – zurück. Die gegenwärtigen „Stapelkrisen“ (Klimakrise, Pandemie, Kriege, Inflation) haben diese Dynamiken noch zusätzlich verstärkt. Bestehende Entwicklungstrends wurden somit beschleunigt und der Handlungsdruck der Kommunen erhöht. Seit geraumer Zeit ist in diesem Kontext das Wort „Transformation“ der Innenstädte in aller Munde. Doch in welche Richtung soll und wird diese Transformation gehen?

Große Einigkeit besteht darin, dass Innenstädte künftig wesentlich multifunktionaler, vielfältiger, lebendiger, attraktiver, lebenswerter gestaltet und genutzt werden sollen. In dieser Hinsicht geht es neuerlich vielfach um Alternativen bzw. Ergänzungen zum Handel, eine zunehmende Bedeutung von Handwerk und urbaner Produktion, Aufenthaltsqualität und die Neubewertung und Aufwertung des öffentlichen Raums. Doch wie soll das aussehen? Wie geht die Entwicklung weiter?

Erfahren Sie in dieser Ausgabe, wie es um die MEO-Region steht und wie wir Sie als Unternehmerinnen und Unternehmer unterstützen können.

Viel Spaß beim Lesen!



Jutta Kruff-Lohrengel
Präsidentin



Übrigens: In unserem Online-Magazin finden Sie aktuelle Informationen, Veranstaltungen und Fachartikel rund um die Welt der IHK.

WWW.MEOMAGAZIN.DE



22

THEMENSCHWERPUNKT – TEIL 1

Innenstadt- entwicklung und Unternehmen

SEITE 22

UNSERE UNTERNEHMEN

Start-ups

SCHAUMGOLD
Ein Blick in die Welt der Edel-Schokoküsse 6

BEAUTINDA
Ganz schön digital 12

BIOROXX
Giftig für Nager, gut für die Umwelt 14

Dienstleistungen

POPOTTI
Für Sauberkeit, Gesundheit
und Nachhaltigkeit im Alltag 16

AFREE GEMS GMBH
Wie eine Geschäftsidee
aus einer Erdnuss erwuchs 18

PEAR COACHING
Der Vitaminstoß für die Zusammenarbeit 20

UNSER THEMENSCHWERPUNKT

Teil 1 – Innenstadtentwicklung
und Unternehmen 22

Teil 2 – Innenstadtentwicklung
und was die IHK macht 34

UNSERE REGION

Das DeutschlandTicket macht mobil! 44

Essener Stadtgutschein:
Eine Karte, viele Vorteile 45

3 Frage zum Triple Z 46

Logistikstandort Essen – hohe
Nachfrage, wenig Flächenreserve 48

Unternehmensjubiläen 50

300 Jahre Gerresheimer
Einmal Glas, immer Glas 52

125 Jahre: Vier Generationen
gehen mit der Zeit 54

50 Jahre myneva Deutschland GmbH 55

IDL Essen-Ruhr e. V.
feiert 50-jähriges Jubiläum 55

Förderverein Universität Duisburg-Essen 56

UNSERE THEMEN

Neue Impulse für die MEO-Region 58

Herzlichen Glückwunsch zum Geburtstag! 62

Alvolution: Die Zukunft der Kultur- und
Kreativwirtschaft mit Künstlicher Intelligenz 63

Was bisher geschah... bei
den Wirtschaftsjunioren Essen 64

IHK im Podcast „Zuhause in Essen“ 66

Angebote für Gründende
und Jungunternehmende 68

Gründungs- / Nachfolgebörse 69

Personalien 70

Neues aus Berlin 72

Außenwirtschaftstag NRW
2023 erzielt positive Resonanz 74

Zukunftsthemen: IHK arbeitet
mit interdisziplinären Teams 76

Praktikum – Gewinn für Betriebe 78

Azubimarketing auf allen Ebenen 80



52

UNSERE REGION

300 Jahre Gerresheimer: Einmal Glas, immer Glas

SEITE 52



58

UNSERE THEMEN

Neue Impulse für die MEO-Region

SEITE 58



START-UPS

Ein Blick in die Welt der Edel-Schokoküsse

Schaumgold

Schokoküsse sind eine beliebte Süßigkeit, die vor allem in Deutschland in großen Mengen verzehrt werden. Eine Kindheit ohne Schokoküsse – für viele unvorstellbar und auch die Erwachsenen naschen gerne mit. Doch für Menschen mit einer Glutenunverträglichkeit, wie Benjamin Klempels Sohn, sind viele alltägliche Leckereien tabu. Diese Herausforderung inspirierte den Unternehmer, der eigentlich eine Marketing-Agentur betreibt, zu seiner Idee. So wurde „Schaumgold“ geboren – eine Schokokussmanufaktur in Mülheim an der Ruhr.



Autor:
LEON BÜTTNER
Auszubildender



Autorin:
JOSEPHINE
STACHELHAUS

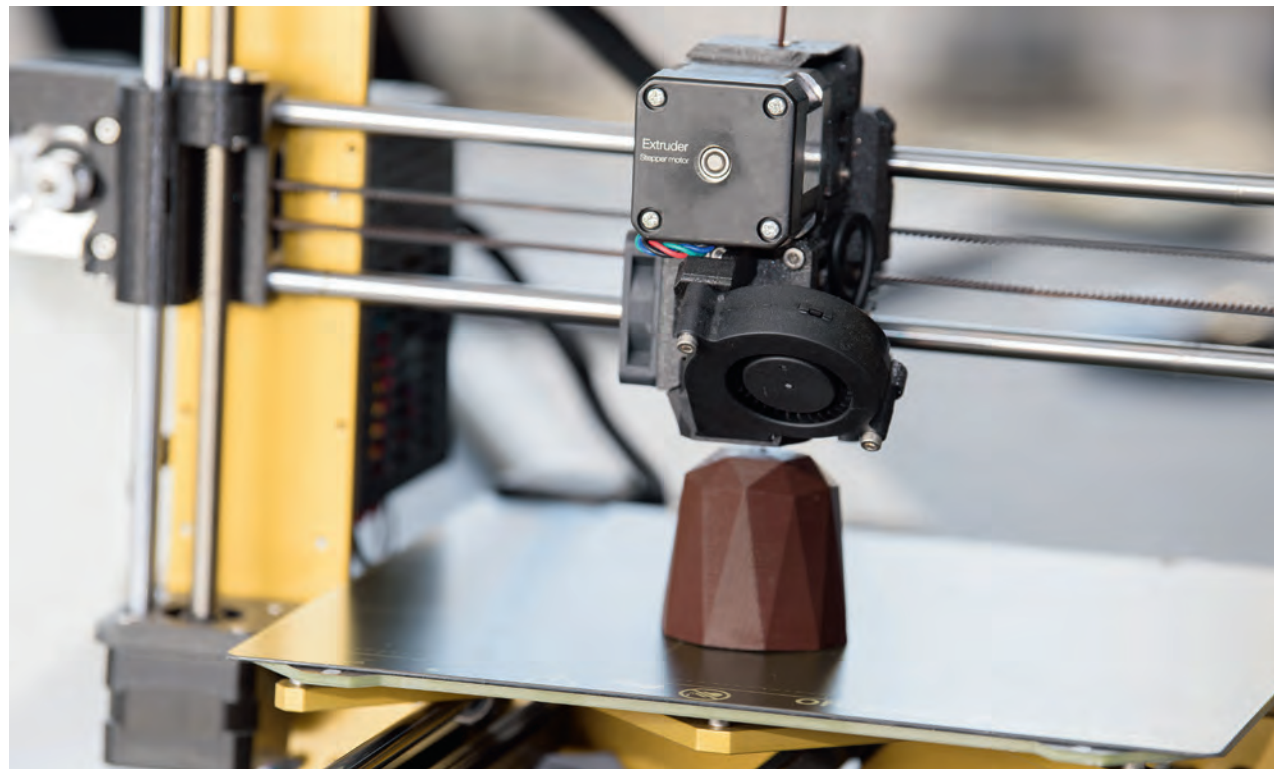
Die Entstehung von Schaumgold

„Zwar war es am Anfang nur der Ehrgeiz, das Rezept für einen Schokokuss zu entwickeln, den mein Sohn ganz normal genießen kann, aber dann sah ich gleichzeitig eine Chance, diese Herausforderung von der Business-Perspektive aus anzugehen. Je mehr die Idee reifte, desto klarer wurde mir, dass mein Produkt nicht mit herkömmlichen Schokoküssen konkurrieren soll, sondern - wenn schon, denn schon - unverkennbar sein soll“, erzählt Benjamin Klempel.

Die Herstellung glutenfreier Schokoküsse erwies sich als äußerst anspruchsvoll. Benjamin Klempel reiste mehrmals in die Schweiz und nach Belgien, fuhr in die Niederlande und quer durch Deutschland, um mit Exper-

tinnen und Experten an der Rezeptur und einem produktionsfähigen Design zu tüfteln. Das Herzstück eines jeden Schokokusses - der luftig-lockere Schaum - stellte sich als die größte Hürde heraus. Die Entwicklung einer Textur, die seinen Vorstellungen nahekommt, erforderte unzählige Versuche und Experimente. Doch Benjamin Klempel gab nicht auf. „Man mag es kaum glauben, aber der Schaum stellte sich aufgrund seiner Beschaffenheit als äußerst tückische physikalische Herausforderung heraus. Ich musste dutzende Versuche unternehmen, bis es dann endlich funktionierte“, schmunzelt Klempel.

Bei den Schokoküssen von Schaumgold handelt es sich nicht um einen glutenfreien



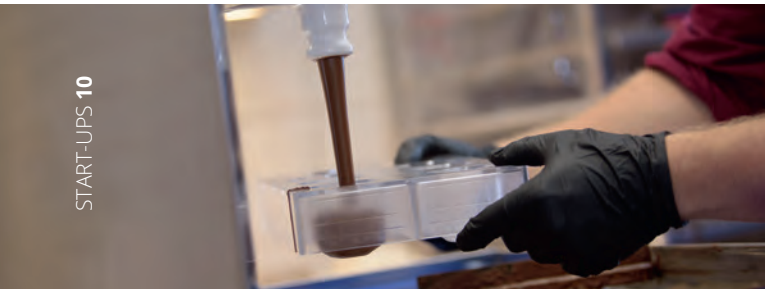
»Das ist genau das,
was ich mit Schaumgold
möchte: Auffallen!«

BENJAMIN KLEMPPEL
Eigentümer von SCHAUMGOLD



Ersatz, sondern um die Neudefinition eines traditionellen Produkts. Dass dies Potenzial hat, erkannte der Unternehmer früh. „Jedes Jahr werden ungefähr eine Milliarde Schokoküsse verkauft. Dass es sich hierbei um einen riesigen Markt handelt, ist keine Frage, jedoch wird dieser kaum beachtet. Fast alle Schokoküsse, die verkauft werden, sind gleich. Nichts sticht wirklich aus dieser Masse heraus. Doch das ist genau das, was ich mit Schaumgold möchte: Auffallen!“, erklärt Benjamin Klempel. Ihm geht es darum, den Schokokuss zu einem exklusiven Edelprodukt zu entwickeln. Nicht nur in Deutschland, sondern auch in anderen Ländern wie z. B. Belgien, wo es Gourmets aus ganz Europa hinzieht, wenn es um Schokolade geht.

„Was die Schaumgold Schokoküsse außerdem auszeichnet, ist die einzigartige Form. Die Schokoküsse von Schaumgold sind mehr als nur Süßigkeiten - sie sind kleine Kunstwerke.“ Bei der Entwicklung des Designs kooperierte er insbesondere mit dem Chocolatier Tobias Schulte, der die Chocolate Dreams GmbH aus Mülheim an der Ruhr führt. „Es ist die eine Sache, ein Design vor Augen zu haben, das ansprechend aus dem 3-D-Drucker kommt. Eine ganz andere Sache ist die handwerkliche Umsetzung des Designs mit Schokolade. Unzählige Modelle hat Tobias Schulte geduldig als Schokoladenrohling gegossen, bis er sich sicher war: ▶



Das ist es jetzt!“ Die polygonale Form erinnert an einen geschliffenen Diamanten, bei dem die Oberfläche ansprechend facettenreich das Licht diffus reflektiert. So ist ein Produkt entstanden, das einerseits durch sein klares Design Aufsehen erregt und gleichzeitig die Menschen emotional anspricht, denn es schwingen auch immer die positiven Situationen mit, die Menschen mit Schokoküssen verbinden. „Langfristig gesehen, soll es sich nicht nur um ein B2C, sondern auch ein B2B Geschäft handeln. Die Schokoküsse sind einfach ein tolles Unterhaltungsobjekt. Bei einem Firmen-Event oder auf Konferenzen sind sie ein super Eisbrecher, um eine lockere Konversation zu starten. Man fängt an sich an tolle Momente zu erinnern und wie man damals den Schokokuss in ein Brötchen gelegt und zusammengedrückt hat. Das hat ja fast jeder gemacht“, lacht der Mülheimer Unternehmer.



Schaumgold zeichnet sich auch durch sein Engagement für Nachhaltigkeit aus. Benjamin Klempel ist es wichtig, sicherzustellen, dass sein Produkt so nachhaltig wie möglich ist. Die Verpackung und die Zutaten werden sorgfältig ausgewählt, um die Umweltauswirkungen zu minimieren. „Ich lege zudem sehr großen Wert darauf, dass meine Schokolade echt Fairtrade ist. Generell nutze ich von der Waffel bis zum Schaum nur hochqualitative Rohstoffe. Immerhin handelt es sich um einen Edelschokokuss“, erklärt der Unternehmer.



Der Weg zum Verkaufsstart

Nach monatelanger Arbeit steht Schaumgold kurz vor seinem offiziellen Verkaufsstart. Die Schokoküsse von Schaumgold werden vorerst online und in Tobias Schultes Chocolate Dreams in Mülheim an der Ruhr erhältlich sein. Benjamin Klempel ist zuversichtlich, dass sein Produkt nicht nur Menschen mit Glutenunverträglichkeit anspricht, sondern

auch alle Schokoladenliebhaberinnen und Schokolieliebhaber, die auf der Suche nach einer einzigartigen Leckerei sind. „Gegenwärtig werden die Schokoküsse noch in einer kleinen Chocolatiers-Werkstatt hergestellt. Langfristig kann ich mir vorstellen zu expandieren und die Ware ins Ausland zu exportieren“, erklärt Benjamin Klempel.



Weitere Informationen finden Sie unter:
www.schaumgold.de

START-UPS

Ganz schön digital

Beautinda

Wer schön sein will, soll nicht lange suchen. Beautinda führt Kunden und Schönheitsdienstleister zusammen.



Weitere Informationen
finden Sie unter:
www.beautinda.de

Das Schönheits-Date

Hinter der Plattform steht ein Essener Start-up mit großen Plänen. Ein Beauty-Tec-Unternehmen mit Einhorn-Status, und dann noch aus Essen. Das wär's. Wenn es nach Can Kaplan, Matthias Pyka und Niklas Homann (jeweils 27) geht, soll dieser Traum von der Milliarden-Bewertung Wirklichkeit werden. Dabei wirken die drei Junggründer ganz und gar nicht wie Traamtänzer. „Entweder geht ein Start-up durch die Decke oder nicht“, gibt sich Can Kaplan wenig Verklärungen hin. Welchen Weg Beautinda nimmt, wird sich zeigen. Das im August 2021 gegründete Start-up steht kurz davor, die nächste Stufe zu zünden. Sie soll darüber entscheiden, ob die Sphären exponentiellen Wachstums erreichbar sind.

Die Geschäftsidee jedenfalls klingt simpel wie stimmig. Auf der digitalen Plattform Beautinda finden Beauty-Dienstleister und Menschen, die Wert auf ein gepflegtes und gesundes Äußeres legen, zueinander. Schönheitsfans, die auf der Suche sind nach einer bestimmten Behandlung, zeigt die App die passenden Anbieter im gewünschten Umkreis an. Termine können gleich auf der Seite gebucht werden.

Start-up nimmt Beauty-Artists in den Blick

Ob Mani- oder Pediküre, Permanent Make-Up oder Ganzkörper-Tätowierung – die Bandbreite der angebotenen Leistungen ist beachtlich. 12.000 Anbieter seien auf der Plattform registriert, beim Großteil handele es sich um „kleine“ Beauty-Artists, Solo-Selbstständige, die mit ihrem Business wachsen. Sie nimmt Beautinda bewusst in Blick, in Abgrenzung zu den großen Salons. „Viele junge Leute möchten in diesem Bereich durchstarten“, erklärt Kaplan. „Sie haben jedoch große Probleme bei der Digitalisierung und der Vermarktung. Hinzu kommt: Vielen hat die Corona-Pandemie die Selbstständigkeit erschwert oder gar zunichtegemacht“.

Auf Beautinda können Beauty-Profis und solche, die es noch werden wollen, „innerhalb weniger Minuten ihr Business digitalisieren“. Die Registrierung ist für sie kostenfrei. „Wir sind überzeugt davon, dass man zunächst etwas gibt, bevor man etwas zahlungspflichtig macht“, betont Kaplan. Zu den „Freemium“-Funktionen gehören u.a. eine Buchungs- und Bewertungsseite sowie ein Zahlungssystem, das Anzahlungen und Raten ermöglicht. An Letzterem verdient Beautinda mit, über eine Provision. Zusätzlichen Umsatz generieren Bezahlfunktionen.



Von der Universität ins ruhrHub

Auf die Bedürfnisse dieser breiten Beauty-Schar aufmerksam wurde das Unternehmer-Trio während des Masterstudiums an der Universität Duisburg-Essen durch eine Freundin, die als selbstständige Kosmetikerin arbeitete. Dass sie gründen wollen, war den Dreien aufgrund ihrer Studienwahl bereits klar: Die gebürtigen Essener Kaplan und Pyka studierten u.a. Wirtschaftspsychologie und Entrepreneurship bzw. Dienstleistungsmanagement, Homann eignete sich als Informatiker das technologische Know-how an.

Diese Vielseitigkeit im Team, ihre hervorragenden studentischen Leistungen und nicht zuletzt ihre Geschäftsidee überzeugten andere: Mithilfe eines hochdotierten Gründerstipendiums war es ihnen möglich, ihr Start-up aus der Universität heraus zu gründen. In einer ersten Finanzierungsrunde akquirierten sie rund 480.000 Euro.

Internationaler Rollout noch in diesem Jahr

Etwa doppelt so viel versuchen die Initiatoren nun in einer zweiten Runde einzuwerben. Einerseits sind Investitionen in weitere Funktionen geplant, andererseits benötigt Beautinda frisches Kapital für den internationalen Rollout der Plattform. Launches in Österreich, Tschechien oder Ungarn sollen noch in diesem Jahr erfolgen.

Einher geht das Wachstum mit Arbeitsplätzen, die das Unternehmen in Essen schafft. Zarte zehn an der Zahl sind es derzeit, noch agiert das Start-up aus der Essener Dependence des ruhrHubs heraus. „Zweidrittel von uns kommen aus Essen, hier wurden wir enorm gefördert. Da möchten wir etwas zurückgeben“, kündigt Kaplan an. Wenn es fantastisch läuft, sogar etwas Einhorn-Glanz ...



Autor:
PATRICK TORMA



START-UPS

Giftig für Nager, gut für die Umwelt

Bioroxx

Bioroxx möchte eine „neue Ära der Rattenbekämpfung“ einläuten: Das Essener Start-up entwickelt ein Rattengift, das wirksamer und umweltverträglicher sein soll als aktuell eingesetzte Mittel.



Gut für Menschen – schlecht für das Tier

Weitere Informationen
finden Sie unter:
www.bioroxx.com

Seit seinem Studium erforscht Kardiologe Prof. Dr. Dietrich Gulba blutgerinnungshemmende Wirkstoffe. Was im Menschen helfen kann, die Bildung von Blutgerinnseln zu stoppen und Herzinfarkten vorzubeugen, wird in der Schädlingsbekämpfung beigemischt, um Nagern den Garaus zu machen.

Als sich Gulba anlässlich der Vorbereitungen zu einem Vortrag an dieses Einsatzgebiet erinnerte, stieg er tiefer in die Materie ein. Er fand heraus, dass der Gebrauch herkömmlicher Rodentizide (so der Fachbegriff für Ratten- und Mäusegifte) auf Basis von Blutgerinnungshemmern heikel für Mensch und

Umwelt ist. Also machte er sich daran, eine „saubere Lösung für ein schmutziges Problem“ zu entwickeln.

Die ersten Patente sind erteilt

Vor etwa fünf Jahren war das. Inzwischen ist aus dieser Idee das Essener Start-up Bioroxx erwachsen und Prof. Dr. Dietrichs Gulbas Lösung in einer ersten Patentreihe anerkannt. „Für die Europäische Union haben wir es gerade schriftlich bekommen, dass das Patent erteilt wird“, berichtet Astrid Gulba. Sie führt die Geschäfte von Bioroxx.

„Als mir mein Mann damals von seinem Einfall erzählte, habe ich ihm entgegnet: „Kannst Du nicht lieber eine Antifaltencreme

erfinden?“, gesteht sie mit Blick auf den Anwendungszweck. „Wir haben keinen Spaß daran, Tiere zu töten“, betont sie weiter. Die eingehende Recherche habe sie jedoch überzeugt, dass „wenn schon Ratten getötet werden müssen, weil sie eine große Gefahr für uns darstellen“, dies auf eine „humane Art und Weise“ zu geschehen habe.

Ein „Rattenschwanz“ an Problemen

„Ratten vernichten weltweit 10 bis 25 Prozent der Nahrungsvorräte. Sie übertragen schwere Krankheiten auf Menschen und Zuchttiere“, so Astrid Gulba. Allein in Deutschland tummeln sich bis zu einer halben Milliarde Ratten. Zu viele, um ihnen mit Fallen beizukommen. Zumal die intelligenten Tiere lernen, verdächtige Installationen zu meiden. Weshalb eben vielfach Gifte mit blutgerinnungshemmenden Substanzen eingesetzt werden, damit die Ratte zeitversetzt verendet.

Nur gehe diese grausame Rechnung immer weniger auf, erklärt Astrid Gulba: „Immer mehr Ratten entwickeln Resistenzen“. Eine Wirkung entfalteten die Gifte dennoch, führt die Essenerin weiter fort: „Die derzeit eingesetzten Rodentizide haben eine lange Halbwertszeit. Wenn eine vergiftete Ratte von einem Greifvogel gefressen wird, wird auch

dieser getötet oder wenn ihr Kadaver in der Kanalisation verrottet, reichert sich das Gift in der Umwelt an und gelangt sogar ins Trinkwasser.“

Demnach entwickle Bioroxx einen „Game Changer“, dessen Wirkung durch Studien bereits bestätigt sei. „Wir haben erwiesenermaßen ein Produkt, das biologisch abbaubar ist und Resistenzen ausschließt“, ist sich Astrid Gulba sicher. Für andere Spezies solle der Verzehr „nahezu unbedenklich“ sein. Wie die Bioroxx-Formel hinsichtlich der „Speziesspezifität“ genau aussehen wird, werde Gegenstand weiterer Studien sein.

Um diese und weitere Forschungen zu sichern, suchen Astrid und Prof. Dr. Dietrich Gulba mit ihren Partnern nach Investoren. Man befinde sich bereits in Verhandlungen. 1,3 Millionen Euro würden in der ersten Finanzierungsrunde benötigt. Mit einer Zulassung für die Europäische Union rechne man frühestens für das Jahr 2027, für Südamerika 2025. Aus Sicht des mehrfach prämierten Start-ups ein perfektes wie lukratives Timing: „Die Zulassungen der derzeit eingesetzten Rattengifte laufen nach gegenwärtigem Stand bis 2028 aus und sollen nicht mehr verlängert werden, sollte es ökologische Alternativen geben“, so die Bioroxx-Geschäftsführerin.



Autor:
PATRICK TORMA



Ansprechpartnerin
Start-ups:
EUGENIA SINGER

» Ratten vernichten weltweit
10 bis 25 Prozent der Nahrungsvorräte.
Sie übertragen schwere Krankheiten
auf Menschen und Zuchttiere. «

DIENSTLEISTUNGEN

Für Sauberkeit, Gesundheit und Nachhaltigkeit im Alltag



Autor:
LEON BÜTTNER
Auszubildender



Autorin:
JOSEPHINE STACHELHAUS

Eine andere Art der Hygiene

Während für uns der Gebrauch herkömmlicher Toilettensysteme und Toilettenpapier alltäglich ist, wirkt dies in anderen Ländern eher fremd. Dieser Unterschied bringt einen beträchtlichen Verbrauch natürlicher Ressourcen mit sich. Als nachhaltige Alternativen zur gewohnten Toilettenausstattung erfreuen sich Produkte aus asiatischen Ländern zunehmender Beliebtheit weltweit. Ein Unternehmen, das diesen Bewusstseinswandel vorantreibt, ist popotti. Im Zuge einer gesteigerten Sensibilität für Hygiene, Gesundheit und Umweltschutz hat sich popotti das Ziel gesetzt, hochwertige Artikel anzubieten. Diese sollen nicht nur eine verbesserte Körperhygiene ermöglichen, sondern auch zur Reduktion des ökologischen Fußabdrucks beitragen. Interessanterweise hatte das Unternehmen ursprünglich eine völlig andere Ausrichtung. „Ursprünglich waren wir im Tourismussektor tätig. Wir verkauf-

ten amerikanische SIM-Karten. Doch durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie kam dieses Geschäft zum Erliegen, und wir mussten unsere Ausrichtung überdenken“, berichtet Fabian Scholz, der Geschäftsführer des Essener Unternehmens.

Zu Beginn des Jahres 2020, als der große Toilettenpapier-Ansturm begann, kam den beiden die zündende Idee. „Eine Freundin aus Indien konnte einfach nicht glauben, dass wir wegen der Pandemie solch ein Problem mit Toilettenpapier hatten. So wurden mein Geschäftspartner und ich kreativ und ließen uns von anderen Kulturen inspirieren“, erzählt der Unternehmer. Diese Inspiration führte zur Entwicklung eines der gefragtesten Produkte des Unternehmens: die Po-Dusche. Die Idee, den Intimbereich mit Wasser zu reinigen, ist an sich nicht neu. Ein solcher Markt existierte bereits, doch popotti strebt insbesondere im Kontext der Nachhaltigkeit nach Expansion.

popotti

In vielen Teilen der Welt besitzt die tägliche Anwendung von Bidets und Toilettenhockern eine tief verwurzelte Tradition.

Die Produkte von popotti haben längst über Deutschland hinaus Anklang gefunden. „Einer unserer Hauptexportmärkte ist Kanada. Obwohl mein Geschäftspartner in den USA lebt und arbeitet, haben wir uns bisher nicht an den amerikanischen Markt gewagt. Die Konkurrenz ist derzeit einfach zu groß“, erklärt Scholz. Jedoch umfasst das Angebot des Essener Unternehmens noch mehr. Ein Herzstück bildet das Bidet, eine innovative Ergänzung für jedes Badezimmer. „Die Idee, den Intimbereich nach dem Toilettengang mit Wasser zu reinigen, erweist sich nicht nur als äußerst hygienisch, sondern trägt auch dazu bei, den Verbrauch von Toilettenpapier deutlich zu reduzieren. Da die Herstellung von Toilettenpapier eine umweltbelastende Bilanz aufweist, stellt die Nutzung eines Bidets oder einer Intimdsche einen bedeutsamen Schritt in Richtung Nachhaltigkeit dar. Insbesondere feuchtes Toilettenpapier bereitet Klärwerken erhebliche Schwierigkeiten“, berichtet Scholz. Neben der Dusche gibt es auch einen Toilettenhocker. „Diese simple, aber wirkungsvolle Fußstütze während des Toilettengangs kann aufgrund ihrer ergonomischen Ausrichtung gesundheitliche Vorteile bieten, wie beispielsweise die Verringerung des Risikos von Hämorrhoiden“, erklärt der Geschäftsführer. Doch der Ansatz von popotti geht über die Produktqualität hinaus. Das Unternehmen verfolgt eine Mission, die Aufklärung und Veränderung zum Ziel hat. Dabei geht es nicht nur darum, Tabus zu durchbrechen,

sondern vielmehr das Bewusstsein für optimale Körperpflege zu stärken. Eine gründliche Intimhygiene bietet nicht nur Komfort, sondern kann auch Verletzungen und Beschwerden verhindern, die durch raues Toilettenpapier verursacht werden können. Ein weiteres wesentliches Element in popottis Philosophie ist das Engagement für den Planeten. Das Unternehmen unterstützt das Projekt „1% for the Planet“, das darauf abzielt, mindestens 1% des Jahresumsatzes für gemeinnützige Organisationen zu spenden. Die Entscheidung, in derartige Initiativen zu investieren, verdeutlicht das langfristige Engagement des Unternehmens für Nachhaltigkeit. Die einfache, aber wirkungsvolle Nutzung von Bidets, Intimdschen und Toilettenhockern kann einen bemerkenswerten Unterschied im Alltag der Menschen bewirken – von gesteigerter persönlicher Hygiene und Förderung der Darmgesundheit bis hin zur Schonung der Umwelt.



Weitere Informationen
finden Sie unter:
www.popotti.de



Info

Im Jahre 2018 verbrauchte jeder Deutsche im Durchschnitt 134 Rollen Toilettenpapier im Jahr. Damit liegt Deutschland auf Platz 2 hinter den USA.

Quelle (Statistika)



DIENSTLEISTUNGEN

Wie eine Geschäftsidee aus einer Erdnuss erwuchs

AfreeGems GmbH

Sie zählten zu den Gewinnern in der Corona-Krise:

Das Start-up AfreeGems aus Essen-Rüttenscheid konnte im Jahr 2021 gar ein Umsatzwachstum von 80 Prozent verbuchen.



Autor:
JENS KNETSCH

Spannende Gourmetfreuden

Und die junge Erfolgsgeschichte rund um den Vertrieb leckerer besonderer Produkte aus Afrika geht weiter. Mitte 2023 konnte sich das Essener Gründerpaar Andrea Bolz und Stefan Reiss über den Investoreneinstieg freuen und die erste Wachstumsfinanzierungsrunde erfolgreich abschließen. Doch beide denken proaktiv und suchen weitere Investorinnen und Investoren für die zweite Wachstumsfinanzierungsrunde und neue strategische Partnerschaften für das Projekt AfreeGems.

Ein Vor-Ort-Besuch in Afrika in Rüttenscheid

Wer sich aktuell in einen Hinterhof an der Ursulastraße in Essen-Rüttenscheid verirrt, dem liegt nur wenige Schritte später ein kleiner Teil des afrikanischen Kontinents zu Füßen. Zwar wird der Besucher nicht mit mitreißenden musikalischen Rhythmen begrüßt, dafür aber mit tollen Düften und vielen leckeren Produkten. „Ich war als Pi-

lot für die UN in Afrika tätig und in Dakar stationiert. Die UN-Offiziellen flogen wir zu deren Meetings in allen möglichen Ländern. Dadurch konnte ich viele Länder und Leute Afrikas kennenlernen. Wir sind große Afrika-Fans geworden, denn es ist ein unglaublich vielfältiger, wilder und wunderschöner Kontinent“, berichtet Stefan Reiss. „Ich war immer zwei Monate am Stück im Einsatz. Meine Frau Andrea kam mich während dieser Zeit dann immer vor Ort besuchen.“ Die freien Abende verbrachten beide zumeist in Restaurants und Bars in Dakar. „In den Lokaltäten wurden immer Erdnüsse gereicht. Bis heute auch unser Topseller. Sie sind deutlich kleiner und werden nicht wie bei uns daheim mit Öl und Salz produziert, sondern ohne Öl und mit Meersalz und haben eine sehr eigene herzhaft und schmackhafte Note. „Bei jedem Flug in die Heimat hatte ich dann immer ein großes Paket an gesunden Nüssen dabei“, lacht Stefan Reiss. Zunächst nur für seine Frau, später für Familie, Freunde und

Bekannte. Was damals noch niemand ahnte: Genau diese Erfahrung sollte ihrer beider Leben verändern.

Arbeit und Einkommen für viele Familien in Afrika

„Als wir damals anfangen, merkten wir schnell, dass wir eine echte Marktlücke besetzen, denn es gibt keine bekannte Afrika-Marke und AfreeGems fördert und baut Produktion im Herkunftsland auf. Der Markt zeigt klar, Produktion im Herkunftsland wird der neue Trend, der auf Fair Trade folgt. Wir bei AfreeGems nennen es „Produced Where It Grows“.“ Was 2017 mit einer losen Idee startete, mündete in eine Unternehmensgründung und bedeutete den Start der AfreeGems-Unternehmung im Jahr 2018. „Heute verkaufen wir 50 Prozent unseres Sortiments über den digitalen Online-Shop und die anderen 50 Prozent über Fairtrade-Handel und haben bereits einen treuen Kundenstamm sowohl im D2C- als auch im B2B-Bereich aufgebaut. Und es kommen stetig mehr Kundinnen und Kunden dazu. AfreeGems hebt sich im Markt von anderen Unternehmen ab, indem wir nicht nur den Rohstoff importieren (beispielsweise ungeröstete Kaffeebohnen), sondern bestehende Betriebe fördern und neue Produktion mitaufbauen, beispielsweise die Röstung unserer Kaffees in Tansania und Sao Tome und Principe, sowie unserer Nüsse im Senegal und in Kenja. „Wir nennen es African Roast“, so Andrea Bolz. Mit einem weiteren wunderbaren Nebeneffekt: Es schafft Arbeitsplätze und Einkommen für -zig Familien in Afrika. „Wir möchten alle Leckereien und im zweiten Schritt auch hochwertige Nonfood-Produkte aus Afrika nach Europa bringen. Es soll ein spannendes Warenhaus Afrikas werden: alles hochwertige Waren, Lebensmittel in

zertifizierter Bio-Qualität, ethisch marktführend produziert, spannend verpackt“, so das gemeinsame Credo des Paares. Das Produkt-Portfolio hat sich ebenso erweitert, wie die Ideen und Wünsche der beiden Gründer wuchsen. Bio-Nüsse, Bio-Safran, Kaffee, Nussmuse, Vanilleschoten und Kakaobohnen sind inzwischen im Produktportfolio. „Anfang des Jahres haben wir umfirmiert zur AfreeGems GmbH, um den Grundstein für den Investoreneinstieg zu legen.“ Vor wenigen Wochen war es dann endlich soweit und Martin Sutter stieg als Mitgesellschafter und erster Investor in AfreeGems ein, denn er war schon als Kunde von der Idee mehr als angetan. „Es war viel Arbeit, das Unternehmen investmentreif aufzubauen. Umso mehr freuen wir uns über diesen Schritt. Nun kann AfreeGems seine Vertriebsstruktur schneller und gezielt ausbauen und die nächsten Projekte gleichzeitig angehen.“

Unterstützung eines Schulprojekts im Herkunftsland

Auch das Thema Nachhaltigkeit ist von großer Bedeutung. „Man muss es sich mal in Erinnerung rufen: Derzeit werden etwa 95 Prozent der Ernte aus Afrika nach Asien gebracht. Danach wird alles nach Europa verschifft. Nur fünf Prozent der Ernte wird in Afrika verarbeitet. Ein Irrsinn. AfreeGems' Mission ist es, dies zu ändern.“ AfreeGems produziert noch in der Anbauregion und die Cashews kommen dann direkt zu uns und von uns zu unseren Kundinnen und Kunden – ohne Umwege.

Noch etwas ist Andrea Bolz und Stefan Reiss wichtig: Gesund und lecker Snacken, sowie dabei Gutes tun. Für jedes verkaufte Produkt fließen im Zuge der AfreeGems Trade8 Schulförderung heute bis zu 80 Cent zurück nach Afrika.



Weitere Informationen finden Sie unter:

www.afreegems.com

Der Vitaminstoß für die Zusammenarbeit

Pear Coaching

Kira Conradi arbeitet mit ihrer Coachingfirma deutschlandweit von Essen-Werden aus.



ist viel einfacher umzusetzen, wenn die Kollegin nicht gegenüber sitzt und zuhört. Mein Business hat sich gut entwickelt, Unternehmen kommen vorrangig aus dem Ruhrgebiet, aber auch darüber hinaus.“

Liest man die Rezensionen auf ihrer Internetseite, klingt das fast zu schön, um wahr zu sein. Kira Conradi erklärt das mit den Themen, die sie anbietet: „Ich bewege mich mit meinem Angebot ja nicht im therapeutischen Bereich, hier geht es um Hilfe zur Selbsthilfe und da ist oft schon ein kleiner Impuls ausreichend, um eine ganze Kette an Lösungen zu finden und einzuleiten. Meine Aufgabe ist es, mit Abstand sanft in die richtige Richtung beim Einzelcoaching zu schupsen oder beim Teammeeting durch bewährte Mittel wie die gewaltfreie Sprache und das Feedback-Gespräch Dinge zu implementieren, die die Zusammenarbeit erleichtern.“

Ein breites Angebot

Sie bietet sowohl Einzelcoachings mit dem Schwerpunkt Veränderungsprozesse, Work-Life-Balance, Stressbewältigung und Burnout an als auch Teamseminare in Unternehmen, um Umstrukturierungsprozesse zu begleiten oder die Teamarbeit zu stärken.

Was für viele Neugründer in der Coronazeit als Einschränkung empfunden wurde, der rein digitale Kontakt, hat sich für Kira Conradi als ein wichtiges Instrument entpuppt. Als sie nach ihrer Gründung 2020 zu Beginn nur Online-Termine anbieten konnte, erkannte sie schnell das Potential. So sind diese mittlerweile ein fester Bestandteil in ihrem Programm: „Ich habe erkannt, dass sich meine Kundinnen und Kunden im eigenen, geschützten Raum, sogar mehr öffnen können als im Büro. Und auch das Thema Diskretion



Stress macht krank

Häufig Gestresste leiden - verglichen mit selten Gestressten - deutlich öfter unter Erschöpfung (80 Prozent versus 13 Prozent), Schlafstörungen (52 versus 28), Kopfschmerzen und Migräne (40 versus 13) und Niedergeschlagenheit bzw. Depressionen (34 versus 7).

Quelle: Die Techniker - Stressstudie 2021

Die Menschen sind sehr dankbar für meine Hilfe und das positive Feedback freut mich natürlich. Das ist der Grund, warum ich diese Arbeit mache“.

Fast alle Probleme, die in Teams entstehen, sind Kommunikationsprobleme. Daher ist es nicht verwunderlich, dass ein Hauptaugenmerk bei Teamtrainings auf dieses Thema gelenkt wird. „Als Außenstehende fällt es mir leichter, die Dinge hinter den Dingen zu sehen. Dann helfe ich den Teams zum Kern vorzustoßen und Lösungen zu erarbeiten. Damit wir nachhaltig arbeiten, werden Tools implementiert, die auch nach dem Training weiterhin die gemeinsame Arbeit unterstützen.“ Manchmal empfiehlt sich auch ein Nachtraining.

Wenn Teams durch Fluktuation wieder neu zusammengestellt werden, macht es Sinn, noch einmal gemeinsam zu sprechen. „Teams brauchen immer eine gute Kennenlernphase, um Vertrauen aufzubauen und dann später auch gemeinschaftlich gut zusammenzuarbeiten.“ Kira Conradi beobachtet gerade einen Boom bei den Unternehmen hin zu Teambuildings. Sie bietet diese sowohl in Präsenz als auch online oder idealerweise als Mischform an. „Gerade nach der Coronazeit wollen die Unternehmen die Zusammenarbeit ihrer Teams weiter verbessern und den Austausch erleichtern. Investitionen in Zusammenarbeit und Kommunikation helfen Konflikte zu vermeiden und sogar lange schwelende zu lösen. In Zeit von Fachkräftemangel werden Mitarbeitende enger an das Unternehmen gebunden und die Menschen arbeiten mit mehr Freude und somit auch effektiver.“

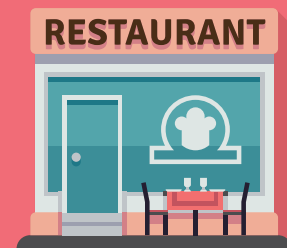
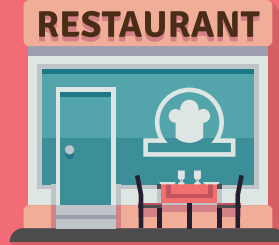


Autorin:
SIMONE
STACHELHAUS



Weitere Informationen
finden Sie unter:
www.pearcoaching.de





©MicroOne

UNSER THEMENSCHWERPUNKT – TEIL 1

Innenstadt- entwicklung und Unternehmen

Leerstand, der demografische Wandel, Infrastrukturprobleme oder die Mietpreise: Es kommen große Herausforderungen auf den Handel in den Innenstädten zu, wenn sie nicht schon da sind. Wie gehen die Unternehmen in der MEO-Region damit um? Entdecken Sie auf den nächsten Seiten die Geschichten einiger Unternehmen, die ihre Ladenlokale in den Zentren von Mülheim an der Ruhr, Essen oder Oberhausen haben. Warum haben die Inhaber und Inhaberinnen sich für den Standort entschieden? Welche Veränderung gibt es dort zurzeit? Was ist für die Zukunft geplant? Lesen Sie die Antworten auf den nächsten Seiten.



Autor:
PATRICK TORMA



Autor:
JENS KNETSCH



Tanzhaus Mülheim als Ort der Begegnung und Bewegung für jedes Alter

Was den Tanzsport betrifft, die richtige Körperhaltung, das ideale Zusammenspiel von Körper und Geist, da macht Thorsten Ritter niemand etwas vor. Der ehemalige professionelle Turniertänzer für lateinamerikanische Tänze (Paartanz) betreibt seit Ende 1997 seine eigene Tanzschule, damals noch im nahe gelegenen Forum Mülheim. Seit 2009 ist er bereits mit seinem Angebot im Tanzhaus Mülheim zu finden, nur wenige Meter fußläufig vom einstigen Gründungsstandort entfernt. Auf 850 Quadratmetern finden Interessierte vier Tanz-Säle, einen Café- und Bar- sowie einen Außenbereich vor. Ein Ortsbesuch in der Mülheimer Innenstadt.



Weitere Informationen finden Sie unter: www.tanzschule-ritter.de

„Willkommen im Wall-Viertel, willkommen im Tanzhaus Mülheim“, Inhaber Thorsten Ritter begrüßt das meo-Team bereits vor der Tür. Schon hier fällt auf: Die Fassade des Gebäudes ist anders als vermutet, das Tanzhaus selbst erstaunlich tief, groß und farbenfroh. Irgendwie unerwartet. Und es geht weiter mit überraschenden Neuigkeiten. „Ich bin kein klassischer Tanzlehrer“, versichert der 57-jährige und lacht. „Vielmehr bin ich ein Tanz-Unternehmer und das ganz bewusst seit dem ersten Tag.“

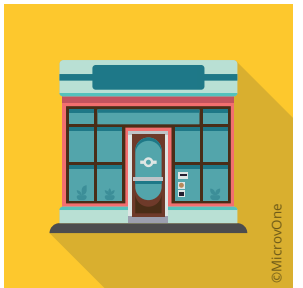
Wer das Tanzschul-Flair aus der eigenen Erinnerung vermisst, wird wohl zunächst enttäuscht, doch im Inneren eines Besseren belehrt. „Die klassische Tanzschule, wie man sie von früher kennt mit Tanztee, Paartanz und vielen anderen Dingen hat ausgedient“, stellt Ritter fest. Der Unternehmer betont, er habe



das schon vor vielen Jahren erkannt und mit dem Tanzhaus Mülheim nicht nur eine frühe Vision umgesetzt, sondern zudem auch eine Nische besetzt. „Das Tanzhaus Mülheim hat sich als Standort für viele unterschiedliche Dienstleistungen im Tanz- und Entertainmentbereich etabliert. Viele weitere Spezialisten mieten sich mit eigenen Kursen im Tanzhaus ein, belegen Räumlichkeiten und erweitern so gezielt das Gesamtangebot vor Ort, stärken als Gemeinschaft den Standort und sorgen zudem dafür, dass das Wall-Viertel belegt und belebt wird. Ritter vergleicht die Location daher gerne mit einer Art Einkaufszentrum. „Ich bin der Ankermieter, andere Unternehmer mieten sich ein.“ Für alle ein Win-win-Projekt. Überhaupt, so findet Ritter, sei der Begriff „Innenstadt“ seit Jahren viel zu negativ belegt. Er beobachtet vielmehr eine sprachliche Öffnung zu eigenen entstehenden Vierteln oder Quartieren. „Ich sage

gerne, wir befinden uns hier im Herzen von Mülheim. Wobei das Wall-Viertel schon eine wirklich sehr besondere und positive Ausnahme ist.“

Das Tanzhaus Mülheim ist ein Ort der Begegnung und Bewegung. Heute trifft sich abseits der Hauptstraße in der Mülheimer City nicht nur die Jugend der Welt, sondern Menschen jeder Altersklasse kommen persönlich in modernen, stylischen Räumlichkeiten zusammen. Eine qualitativ hochwertige Musik- und Audioanlage, neueste Klimatisierung und ein prämiertes Hygiene-Konzept sorgen für ein zusätzliches Wohlfühl-Ambiente. „Man muss als Unternehmer bereit sein, zu investieren“, sagt Ritter, der schon vor Jahren erkannt hat, dass „die klassische Tanzschule heute antiquiert“ ist. „Den Paartanz gibt es in reduzierter Form zwar noch, doch mit dem heutigen Freizeitverhalten und den Änderungen in der Arbeitswelt ist dieser





nicht immer vereinbar. Der Trend im Tanzen geht hin zu Solo-Kursen.“ Dieser Nachfrage trägt er mit den vier Bereichen Paartanz Area, Ladies Dance & Fitness Center, Kindertanz-Zentrum sowie der Hip Hop Academy Rechnung. Das Haus ist sinnbildlich eine Stätte der Begegnung und Bewegung.

In Planung: Open-Air-Event am Mülheimer Rathausmarkt.

Doch der ehemalige Turniertänzer wäre nicht in seinem Element, wenn hier bereits Schluss wäre. Das Tanzhaus dient darüber hinaus für private Partys als Event-Location, auch wird ein Senioren-Training angeboten. In diesem Jahr hat Ritter eine Hip-Hop Turnier-Lizenz erworben und mit Ritter Danceevents eine eigene Gesellschaft gegründet. Von diesen und den vielen anderen sport-

lichen Angeboten sollen die Bürgerinnen und Bürger im Ruhrgebiet erfahren. Für das kommende Jahr plant Ritter nicht nur, sein gläsernes Studio zur Straßenseite hin wieder häufiger zu öffnen und so das Angebot noch sichtbarer zu machen, es wird auch eine große Open-Air-Veranstaltung am Rathausmarkt geben. „Durch unsere Hip-Hop-Turniere konnten wir 2023 bereits über 6.000 Teilnehmer aktivieren. Bei einer offenen Veranstaltung auf den Straßen Mülheims möchten wir jede Altersklasse dazu einladen, aktiv zu sein und sich zu bewegen.“ Bei dem gebürtigen Duisburger ist man sich sehr sicher, dass auch dies ein Erfolg wird.

Italienischer Chic aus Essen

Neuanfang auf der Limbecker Straße: Fernando Caniglia kleidet modebewusste Herren mit seinem „L' Italiano Style“ ein. „Mode, das ist Leidenschaft, Emotionen, Stil ...“, schwärmt Fernando Caniglia. Die Liebe zu feinen Stoffen entdeckt er als Teenager in den Kleiderschränken der älteren Brüder. „Sie waren so nett und ließen mich ihre Sachen anprobieren. Nur vor einem Bruder musste ich mich immer verstecken“, lacht der gebürtige Italiener.

Die Großfamilie zieht es Ende der 1960er-Jahre aus dem süditalienischen Apulien nach Essen. Dass Caniglia später einmal seine Passion zum Beruf macht, ist anfangs nicht vorgesehen. Die Eltern wünschen sich, dass er seine guten schulischen Leistungen mit einer Karriere als Finanzbuchhalter krönt. Er beginnt eine entsprechende Ausbildung, ohne mit vollem Herzen dabei zu sein. Fernando Caniglia verwirklicht Mode-Ideen

Zu dieser Zeit reist Fernando Caniglia regelmäßig in die alte italienische Heimat, um sich mit der neuesten Mode einzudecken. Aber auch Familie und Freunde schätzen seinen Stil und geben ihm Bestellungen auf. „Da kam mir irgendwann die Idee, die Waren professionell zu importieren“, erinnert er sich. Gedacht, getan: Caniglia schwingt sich auf zum stilvollen Handlungsreisenden, der Boutiquen in Essen und Umgebung mit Herrenmode und -marken beliefert, die man(n) auf deutschen Kleiderstangen nur selten findet.

1987 eröffnet Fernando Caniglia schließlich seinen ersten Laden. In den 1990er-Jahren führt er sogar ein halbes Dutzend Geschäfte in NRW, von denen er sich aber wieder trennt. „Ich wollte nie richtig groß werden“, blickt der Modeexperte zurück. Vielmehr habe er darauf geachtet, den unverkennbaren Charakter eines inhabergeführten Unternehmens zu wahren. ▶



Weitere Informationen finden Sie unter: www.litaliano-mode.store



Dazu passt: Verkauft Fernando Caniglia anfangs die Kleidung berühmter italienischer Modeschöpfer, geht er später dazu über, unter der Marke „L' Italiano Style“ eigene Herrenmode, darunter T-Shirts, Hemden, Anzüge und Schuhe, zu entwerfen und zu vertreiben. Unter diesem Namen zieht er auch ins Einkaufscenter am Limbecker Platz, das im Jahre 2008 teileröffnet wird. 2018 der Wechsel in die Lindengalerie im Deutschlandhaus: Dort kombiniert der Herrenausstatter sein Angebot mit einem kleinen Café, um Kunden ein Stück Dolce Vita zu servieren.



Nicht nur modische Impulse sind gefragt

Dieses „Einkaufserlebnis“ sei gut angenommen worden, erklärt Caniglia, doch Corona, „diese schreckliche Phase“, habe alles zum Erliegen gebracht. Nach dem zweiten Lockdown habe er keine andere Möglichkeit gesehen, als seinen Mietvertrag zu kündigen. Im Frühjahr 2022 eröffnet Fernando Caniglia sein Geschäft auf der Limbecker Straße 42 neu. Er profitiert dabei von einer Mietförderung durch die Essen Marketing Gesellschaft (EMG), die inhabergeführte Geschäfte auf die Einkaufsmeile locken soll.

Auf rund 200 Quadratmetern kleiden sein vierköpfiges Team und er stilbewusste Männer ein. Sein „L' Italiano Style“ zeichnet sich durch auffällige Farben, extravagante Muster sowie hochwertige Materialien aus. Gefertigt wird die Kleidung nach Entwürfen des Inhabers von ausgewählten Fabrikanten in Italien. „Cento per cento“, versichert der Designer, „zu einhundert Prozent“. Caniglia ist „dankbar“ für die Chance, in seiner Heimat einen „Neuanfang“ wagen zu können. Gleichzeitig erhofft er sich nach nun rund 18 Monaten am Ort weitere Unterstützung für die Essener Innenstadt: „Die City benötigt weitere Impulse, um für die Menschen attraktiv zu sein.“ Dazu brauche es die Entschlossenheit der Stadt. Und Inhaber wie ihn, die bereit seien, die Limbecker Straße mit ihren Ideen zu beleben.

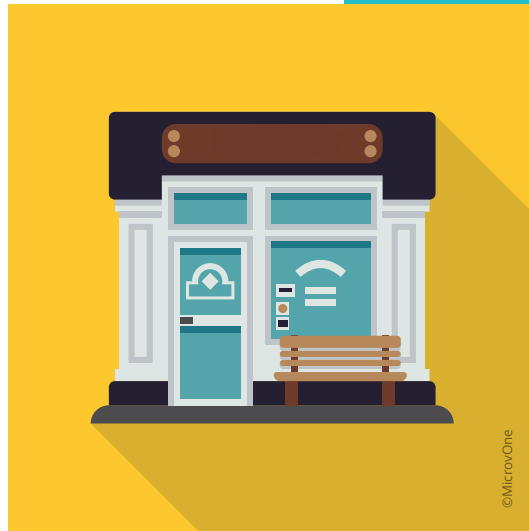


Whiskyhort: Ein Ort, wo sich Genuss-Liebhaber zu Hause fühlen

Urige Atmosphäre, holzvertäfelte Wände, Lounge-Möbel, Tasting-Ecke – im Oberhausener Whiskyhort finden Genuss-Freunde aus Mülheim an der Ruhr, Essen, Oberhausen und darüber hinaus besondere Spezialitäten für Gaumen und Geist. Ob Whisky, Gin, Rum oder Zigarren – das renommierte und als Whisky Shop 2017 ausgezeichnete Fachgeschäft auf der Nohlstraße hat sich zu einem Treffpunkt für wahre Kenner und Liebhaber entwickelt.

„Wir haben unsere persönliche Leidenschaft zu einem hochwertigen Fachhandel aufgebaut, der in Deutschland aktuell seinesgleichen sucht“, berichtet Inhaber Frank Marquardt. Auf über 250 Quadratmetern Verkaufsfläche finden Liebhaber erlesener Whiskys sage und schreibe an die 2.800 Sorten. Ob rauchig, torfig oder aber mit frischen Zitrusnoten – in dem Laden abseits der Oberhausener Marktstraße ist fast jedes Produkt weltweiter Destillierereien erhältlich. Das besondere Ambiente des Fachgeschäfts sorgt dafür, dass sich die Besucher schon ▶





beim ersten Schritt ins Geschäft wohlfühlen. „Wir befinden uns unter anderem in den Räumlichkeiten der ehemaligen Bäckerei Suthoff“, berichtet Marquardt, der mit seinem Geschäft seit 1998 auf der Nohlstraße zu finden ist. „Damals war diese Straße noch so etwas wie eine Partymeile“, erläutert der 55-jährige rückblickend. „Heute sorgen wir dafür, dass der Ort wieder etwas belebt wird“. Marquardt selbst spricht vom Whiskyhort gerne als von seinem „ersten Wohnzimmer“, schließlich verbringe er hier die meiste Zeit des Tages. Auch wenn abends die heimische Couch wartet, jeder Feierabend wird gemeinsam mit den Mitarbeitenden beschlossen. Dafür sorgt auch der besondere Charakter dieses Ortes. Viel Holz wurde verbaut und sorgt so für eine urige Gemütlich-

keit. Der Duft feinsten Noten liegt ebenso in der Luft wie die Aromen schwerer Zigarren. Neben diversen abendlichen Verkostungen von Produkten („Tastings“) unterschiedlicher Destillieren und Geschmacksrichtungen unter der Woche (mit und ohne Anmeldung) lädt Marquardt mit seinem Team auch schon mal morgens zu Treffen ein. „Vor kurzem ist die neue Octomore 14er-Reihe eingetroffen. Hier haben wir letzten Samstag zu einem besonderen Frühstück eingeladen. In der Zeit von 10 bis 15 Uhr konnten 2cl von drei Octomores verköstigt werden. Zwei halbe Mettbrötchen inklusive“, lacht der gebürtige Oberhausener und zieht einmal tief an seiner Zigarre. Ein eigens für das Tasting hergerichteter Raum bietet Platz für bis zu 35 Personen. Abseits können die Gespräche zudem im Außenbereich auf der Terrasse fortgeführt werden. „Unsere Tasting-Ecke im Erdgeschoss ist einmalig. Hier findet man über 700 offene Probierflaschen. Ein sehr beliebter Ort.“



Seinen Namen hat der Whisky im Übrigen aus dem alten schottisch-gälischen Ausdruck für „Wasser des Lebens“ („uisce beatha“). Mönche brachten die Destillierkunst einst nach Wales, Irland und Schottland, von wo das Genussgetränk dann seinen Siegeszug um die Welt antrat. Nach wie vor ist die Zielgruppe eher im mittleren Alter. Natürlich kämen auch mal Jüngere, doch ein guter Whisky habe eben seinen Preis. Besonders aktuell. „Gerade in der letzten Zeit ließen die hohen Energie- und Logistikaufwände wie auch der hohe Preis für Getreide die Kosten bei den Herstellern etwas nach oben schnellen“, berichtet Marquardt. Wer mag, findet in einem abgetrennten Bereich vielleicht sogar seine Lieblings-Zigarre. Kerngeschäft bleiben jedoch Scotch, Irish,

Single Malt und Blend sowie Bourbon und Rye. Für besondere Genuss-Momente im Leben hat Frank Marquardt einen persönlichen Tipp, auch wenn er sich eigentlich nicht speziell festlegen mag. „Ich würde immer zu einem Octomore der Bruichladdich Distillery aus Schottland greifen. Der ist rauchig und torfig. Etwas Besonderes – und wunderbar!“



Weitere Informationen
finden Sie unter:
www.whiskyhort.com

»» Unsere Tasting-Ecke
im Erdgeschoss ist einmalig.
Hier findet man über 700
offene Probierflaschen. ««

FRANK MARQUARDT.
Inhaber von Whiskyhort

Grey Rook: Vom Gaming-Hersteller zur etablierten Software-Agentur

Von Mülheim nach Essen – doch nach wie vor fest in der meo-Region verankert: Der Software-Entwickler Grey Rook GmbH ist dem Start-up-Zeitalter entwachsen und zeigt mit dem Wechsel seines Firmensitzes in die Nachbarstadt, dass er bewusst den nächsten Schritt in der Geschichte des Unternehmens vollzieht.

Gegründet im Jahr 2012 war das Unternehmen des heute alleinigen Inhabers Florian Ludwig kurzfristig in kleinen Räumlichkeiten der Universität Duisburg-Essen beheimatet, ehe nur wenig später der Schritt erfolgte, sich in neuen und größeren Räumen in der »Games Factory Ruhr« in Mülheim niederzulassen. Florian Ludwig blickt gerne auf die Anfänge zurück. „Wir sind damals mit der Idee gestartet, Computerspiele zu entwickeln. Aus diesem Grund war der Sitz des Unternehmens im Kompetenzzentrum und im Herzen des Treffpunkts der Gamesbranche für uns in der Gründerphase einfach ideal.“ Die hohen Qualitätsansprüche der Gamingbranche stießen für Ludwig und sein Team neue Türen auf: Das junge Unternehmen konnte bald Aufträge aus anderen

Branchen verbuchen. Mit steigenden B2B-Auftragsvolumen kamen auch neue Anforderungen und Herausforderungen. Dieser Entwicklung trägt Grey Rook nun Rechnung. Seit August 2023 ist das Unternehmen im „Tower“ am Limbecker Platz 1 in Essen zu finden. „Dieser Schritt war längst überfällig“, ergänzt Julia Josfeld, bei Grey Rook zuständig für den Bereich Marketing, Akquise und Vertrieb. „Die Anforderungen an unser Team sind enorm gestiegen. Nun sind wir auf knapp 250 Quadratmetern mit Blick über die Dächer der Stadt Essen zu finden.“ Dabei kann das 15 Mitarbeiter starke Team nicht nur Richtung RWE- und E.ON-Zentrale blicken, auch die bunten Türme der Universität liegen in Sichtweite. Hier schließt sich der Kreis, denn nach dem Gründerstipendium von einst hat Grey Rook heute noch immer einen guten Kontakt zur Universität. Warum der neue Firmensitz zentral in Essen sein sollte, wird nun deutlich: „Wir haben es uns auf die Fahne geschrieben, jungen Nachwuchskräften immer eine Chance zu geben. Viele von uns sind selbst durch eine studentische Tätigkeit erst mit diesem Job in Kontakt getreten. Wir suchen im Übrigen immer wieder neue Werkstudenten, die uns bei unserem vielseitigen Software-Entwick-



Weitere Informationen
finden Sie unter:
www.greyrook.com

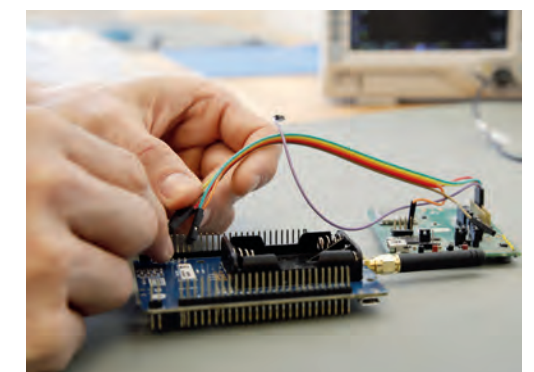


»Jedes Unternehmen unterliegt einem stetigen Prozess des Wandels.«

FLORIAN LUDWIG
Inhaber von Grey Rook

lungen unterstützen“, erklärt Ludwig. Der 36-Jährige ist hierfür das beste Beispiel. Geboren in Gießen, hat es ihn nach dem Studium der Informatik in Hannover über einige Wege ins Ruhrgebiet verschlagen. Heute ist er alleiniger Inhaber der Grey Rook GmbH. „Jedes Unternehmen unterliegt einem stetigen Prozess des Wandels“, erläutert Ludwig, der nicht nur selbst vom Fach ist, sondern ab und an auch die Zeit findet, um selbst zu programmieren. „Bei uns war es nicht anders. Darüber hinaus hat auch die Pandemie für unterschiedliche Bereinigungsprozesse gesorgt.“ So sei das Team an der einen oder anderen Stelle geschrumpft, ein Mitgründer sei ausgestiegen, auch habe sich die Ausrichtung und Philosophie des Unternehmens geändert. Aus dem Gaming-Hersteller des Jahres 2012 ist heute eine etablierte Software-Agentur geworden, welche individuelle digitale Lösungen für Web-, App-

sowie IoT-Anwendungen (Internet of Things, die Red.) für namhafte Konzerne und mittelständische Partner entwickelt. Vor allem auch aus diesem Grund wurde eine neue Firmenzentrale gesucht, die den gewachsenen Ansprüchen entspricht. „Ja, man könnte sagen, dass wir nun unsere Geburtsstätte verlassen und auch das Start-up-Image mit diesem Wechsel hinter uns gelassen haben“, erklärt Florian Ludwig, der trotz vieler digitaler Tätigkeiten im täglichen Business als Gegensatz auch mal die Abgeschiedenheit liebt. „Ich erhole mich beim Wandern und Reisen ganz gut“. Dass jedoch gerne ein Hotspot in der Nähe sein darf, erwähnt er lieber leise und mit einem leichten Augenzwinkern.



Innenstadtentwicklung und was die IHK macht

Innenstädte und urbane Zentren sind seit jeher Orte des urbanen Lebens, die vor allem geprägt sind durch Handel, Wohnen, Arbeit, Kultur, Tourismus und das Aufeinandertreffen und Zusammenkommen von verschiedenen Menschen.

Orte des urbanen Lebens

Insbesondere diese Art der Lebendigkeit und der breiten Nutzungsmischung bringt es mit sich, dass sich innerstädtische Zentren in einem stetigen Prozess des Wandels befinden. Im Laufe der Zeit manifestierte sich dieser Wandel: Während der Industrialisierung in den vergangenen Jahrhunderten waren Produktion und Wohnen die vorherrschenden Faktoren in städtischen Gebieten. Ab den 1920er Jahren begannen Kaufhäuser das Stadtbild mitzuprägen. In der Nachkriegszeit wurden sie nicht nur städtebaulich und architektonisch bedeutsam, sondern auch funktional, und gehörten fortan zu

den grundlegenden und konstituierenden Elementen der Innenstadtentwicklung. Sie beeinflussten und dominierten in Teilen den eingeseffenen eigentümergeführten Einzelhandel. Mit den 1980er Jahren erlangte die zunehmende Filialisierung im Einzelhandel und die Errichtung von Einkaufszentren verstärkten Einzug in die Innenstädte und städtischen Zentren.

Die rasant voranschreitende Digitalisierung, die durch die Corona-Pandemie noch weiter verstärkt wurde, markiert einen zusätzlichen Meilenstein in der Entwicklung von Innenstädten.

Nicht nur das physische Erscheinungsbild der Innenstadt selbst verändert sich, sondern auch die Gesellschaft als Nutzer der Innenstadt erlebt einen Wandel. Dies zeigt sich beispielsweise anhand des Konsumverhaltens, bei dem Nachhaltigkeit bei Kaufentscheidungen zunehmend eine bedeutende Rolle spielt. Dieser Trend spiegelt sich ebenfalls in einem wachsenden Angebot an regionalen und umweltfreundlich produzierten Waren wider. Die COVID-19-Pandemie beschleunigt außerdem die Veränderungen in der Arbeitswelt. Homeoffice und Co-Working werden auch in Zukunft vermehrt gefragt und genutzt werden.

Innenstädte und (Stadtteil-)Zentren erfüllen nicht nur einer Versorgungs- sondern auch eine vielfältige Vernetzungsfunktion. Hier kommen Menschen und Unternehmen zusammen, um sich auszutauschen und miteinander zu vernetzen. Interessenten, Kunden und Käufer finden eine breite Palette an Waren und Dienstleistungen vor. Unternehmen haben die Möglichkeit, Arbeitskräfte und talentierte Köpfe zu rekrutieren. Touristen sind auf der Suche nach Sehenswürdigkeiten, Gastronomieangeboten und öffentlichen Plätzen. Urbane Gebiete sind wesentliche Schauplätze für politische Meinungsäußerungen, Kundengebungen und Protestaktionen. Die Vernetzungsfunktion geht weit über den bloßen Warenaustausch hinaus. Neuartige Innenstadtentwicklungskonzepte sollten daher verstärkt auf die unterschiedlichen Funktionen der Innenstädte und Zentren eingehen. Nutzungen wie Produktion, Logistik, Wohnen, Dienstleistungen, Kultur, Bildung und Tourismus müssen bei der Erarbeitung von Zielbildern genauso berücksich-

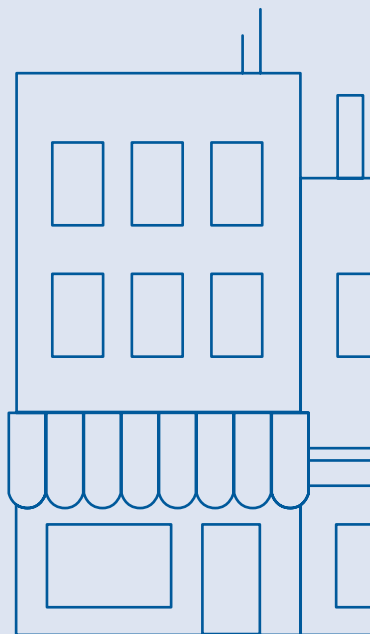
sichtigt werden, wie die Themen Gesundheit, Aufenthaltsqualität, Digitalisierung, Sauberkeit und Sicherheit.

Die Innenstädte unterliegen seit jeher einem stetigen Wandel und stehen weiterhin unter Druck. Der Trend zum Onlinehandel, die Pandemie, die Energiekrise und die Inflation münden im Zusammenspiel in eine beispiellose Krisenschleife. Die Auswirkungen des Klimawandels stellt die Einkaufsquartiere vor neue und weitere Herausforderungen: ein verstärkter Fokus auf „nachhaltige (Innen-) Stadtentwicklung“ ist notwendig und es herrscht Einigkeit darüber, dass Handel allein die Innenstadt nicht retten kann. Nichtsdestotrotz sind der Handel und die Gastronomie immer noch die Hauptgründe, die Besucher in eine Innenstadt ziehen.

Die Städte streben danach, ihre Innenstädte lebendig, attraktiv und funktional zu gestalten. Dies kann durch die Schaffung von gemischten Nutzungen, wie Wohnen, Büros, Einzelhandel und kulturellen Einrichtungen erreicht werden. Lebhaftige Innenstädte, belebte Fußgängerzonen, Grünflächen und attraktiv gestaltete öffentliche Plätze sind Anziehungspunkte einer lebenswerten und zukunftsfähigen Innenstadt.

Die Transformation und Weiterentwicklung der urbanen Zentren hin zu multifunktionalen und gleichsam resilienten Innenstädten kann aber nur als Gemeinschaftsaufgabe der Kommunen, der Wirtschaft und der Stadtgesellschaft (im Sinne der Zivilgesellschaft) mit Unterstützung des Bundes und der Länder bewältigt werden.

►



Braucht man noch den Handel in den Innenstädten?

Die Antwort auf die Frage ist eindeutig: Ja! Die Zukunft des Einzelhandels ist eng mit der Zukunft der Städte verknüpft. Stadt und Handel unterhalten eine wechselseitige und nahezu symbiotische Beziehung zueinander und ihre Herausforderungen und Aussichten sind – zumindest abseits der grünen Wiese – untrennbar miteinander verbunden.

Der Handel gehört zu den fundamentalen Gründungselementen vieler Städte, weshalb zu Recht, immer wieder auf die gegenseitige Bedingtheit (Stadt braucht Handel und Handel braucht Stadt) hingewiesen wird. Seit jeher ist die europäische Stadt nicht nur ein Wohnort für Bürger, sondern auch ein Handelszentrum, in dem Stadt und Handel eng miteinander verwoben sind.

Neben seiner originären Versorgungsfunktion erfüllt der Handel in den Innenstädten auch gestalterische und soziale Aufgaben: Er fungiert als verbindendes Element für Wohnen, Arbeiten, Freizeit, Bildung sowie öffentliche und private Dienstleistungen. Durch seine belebende Wirkung trug und trägt der Handel erheblich zur Anziehungskraft öffentlicher innerstädtischer Plätze und zum urbanen Leben bei. Und so ist es nicht weiter verwunderlich, dass die Entwicklung des Einzelhandels auch maßgeblich das Antlitz unserer Städte mitgeprägt hat. Diese Art der Nutzungsmischung und sozialen Vielfalt im Sinne des Leitbilds der Europäischen Stadt wird für die zukünftige Entwicklung unserer Städte wieder eine größere Bedeutung zuteilwerden.

Im Einzelhandelssektor sind allerdings langfristige Einbußen zu erwarten. Strategien zur Innenstadtentwicklung, die nur auf die Handelsentwicklung abzielen, verlieren ihre Wirksamkeit.

Dieser Verlust wird spürbar und offensichtlich sein. Diese Entwicklung allein verdeutlicht, dass Strategien zur Innenstadtentwicklung, die hauptsächlich und in erster Linie auf die Handelsentwicklung abzielen, an Bedeutung verlieren werden, da der Handel seine bisherige dominante Rolle sukzessive einbüßen wird. Der langjährige Trend „weg von der nahezu ausschließlichen Einkaufsinnenstadt“ wird sich höchstwahrscheinlich

weiter verstärken.

Vor diesem Hintergrund wird es künftig umso wichtiger sein, die vorhandenen Potenziale des Handels und der Handelsstandorte vollumfänglich abzurufen. Einerseits vom Handel selbst, andererseits auch durch die gezielte strategische Weiterentwicklung der Handelsstandorte zu multifunktionalen Zentren. Denn der Handel selbst wird die von ihm benötigten Besucherfrequenzen in seiner derzeitigen Form außerhalb der Nahversorgung nur noch vereinzelt herbeiführen können. Um Konsumentinnen und Konsumenten altersgruppenübergreifend wieder zurück in die urbanen Zentren zu holen und zum Verweilen und Konsumieren anzuregen, sind dort neben „Einkaufen/Shopping“ künftig verstärkt auch andere potenzielle Besuchsmotive zu bedienen. Und so wird der Handel in Innenstädten künftig vermehrt mit gastronomischen Einrichtungen und Kultur- und Freizeiteinrichtungen verknüpft werden, indem beispielsweise Cafés in Buchhandlungen und Bekleidungsgeschäften öffnen oder abendliche Menüs mit Kulturveranstaltungen (Lesungen, Theater...) verbunden werden.

Die veränderten Einkaufs- und Konsumgewohnheiten, die vermehrt auf den Online-Bereich ausgerichtet sind, haben sich verfestigt. Das Onlineshopping verzeichnet Zuwächse in allen Altersgruppen und ersetzt zunehmend den physischen Besuch der Innenstadt. Die Auswirkun-

gen der Corona-Pandemie haben diese Entwicklung zusätzlich beschleunigt und den Druck auf Städte und den stationären Handel verstärkt. Der Handel und die Innenstädte stehen somit vor bedeutenden Herausforderungen. Diese müssen nun mit Entschlossenheit und einem optimistischen Gestaltungswillen angegangen werden. Grundsätzlich bleibt der Handel in den Innenstädten aber weiterhin wichtig, wobei sich seine Form durchaus verändern wird. Der stationäre Einzelhandel spielt nach wie vor eine entscheidende Rolle, da er ein Einkaufserlebnis bieten kann. Dieses Erlebnis und die individuelle Beratung müssen wieder in den Vordergrund gelenkt werden. Click and Collect wird ein zunehmend wichtiger Bestandteil sein.



Angebote der IHK

- Zukunftsthema Nachhaltigkeit
- Workshops zur Essener Innenstadt (Wirtschaftsinteressen in diesen Konzepten platzieren)
- Handelstag NRW: 1x jährlich
Save-the-Date: Freitag, 30.08.24 in Gelsenkirchen
- Handelsforum Ruhr
- Informationsveranstaltungen (digitaler Donnerstag)
- Arbeitskreise Sichere Innenstadt
- Arbeitskreise Einzelhandel
- Austausch und enger Kontakt zu Wirtschaftsförderungen
- Handelsausschuss
- Nachfolge
- Immobilien: Grundstücksbörse
- Zukünftig: Übersicht der verkaufsoffenen Sonntage und Stadtfeste

Was sind Ihre Aufgaben?



Im Interview mit ... Alisa Geimer & Malte Gehring

ALISA GEIMER

Ich bin seit Anfang 2023 bei der IHK zu Essen in dem Geschäftsfeld Branchen und International beschäftigt und für Handel und Stadtentwicklung zuständig. Ich bin Ansprechpartnerin für unsere Einzelhandels- und Großunternehmen und auch für die Werbe- und Interessengemeinschaften. Außerdem betreue ich den Handelsausschuss, dessen Vorsitz Mario Behmer von Küchen Horstmann einnimmt. Weitere Themen sind z.B. Sonntagsöffnungen und CSR, Corporate Social Responsibility, also unternehmerische Sozialverantwortung.

MALTE GEHRING

Ich bin ebenfalls seit Januar 2023 bei der IHK im Bereich Branchen und international tätig. Als Referent für Raumordnung, Stadtentwicklung & Mobilität vertrete ich seit dem Jahreswechsel die Interessen der gewerblichen Wirtschaft im Zuge von Beteiligungsverfahren und bei der kommunalen Bauleitplanung sowie der Regional- und Landesplanung. Zudem informiere und unterstütze ich bei Bedarf unsere Mitgliedsunternehmen in bau- und planungsrechtlichen Fragen und erarbeitete fachliche Positionspapiere im Zuge der Beratung von Politik und Verwaltung.

Was waren Ihre Schwerpunkte in diesem Jahr?

MALTE GEHRING

Erst einmal war es uns sehr wichtig, uns in der MEO-Region vorzustellen und in allen Städten unsere jeweiligen Ansprechpartner kennenzulernen. Neben dem „Kerngeschäft“, also der Beratung und dem Austausch mit Akteuren aus Politik, Verwaltung und Wirtschaft hinsichtlich strategischer Planungs- und Stadtentwicklungsthemen und dem Verfassen von Stellungnahmen zu Verfahren der Landes-/Regional- und Bauleitplanung und bauordnungsrechtlichen Fragestellungen, lag ein Fokus meiner Arbeit auf der Innenstadtentwicklung unserer MEO-Städte.

In dieser Hinsicht namentlich zu nennen etwa ist der Entwicklungsprozess „Zukunft.Essen. Innenstadt“. Im Verlauf eines kooperativen Planungsprozesses, haben wir in Zusammenarbeit mit anderen Akteuren der Essener Innenstadt gemeinsam mit der Stadtverwaltung an konsistenten Lösungen für die Innenstadtentwicklung Essens gearbeitet. Ergebnis wird ein neues Integriertes Entwicklungskonzept Innenstadt (IEK Innenstadt), das die neuen Ziele und Handlungsfelder zur Stärkung und Entwicklung der Essener Innenstadt beschreibt und die dafür notwendigen Projekte und Maßnahmen konkretisiert, sein. Unser Ziel war es, das neue Konzept für die Innenstadt Essens im Sinne der Wirtschaft positiv zu beeinflussen, die spezifischen Bedarfe der Wirtschaft zu unterstreichen und ein vielversprechendes Zukunftsbild für die Essener Innenstadt mitzuentwickeln, das nicht nur als Leitfaden für kommende Entwicklungen dienen soll, sondern auch eine inspirierende Aufbruchsstimmung in der Stadtgesellschaft schaffen soll.



Was ist für die Zukunft geplant?

ALISA GEIMER

Um unsere Städte weiterhin zu stärken, möchten meine Kollegin Yvonne Schumann und ich eine Jahresübersicht mit den verkaufsoffenen Sonntagen und Stadtfesten und Feierabendmärkten für die Unternehmen erstellen. Wir möchten auch mit den Akteuren vor Ort, also mit den Händlern und Gastronomen und Dienstleistern vor Ort, mehr in Kontakt kommen. Dazu bieten wir am 9. November 2023 eine Veranstaltung in der IHK an, um uns und unsere Arbeit vorzustellen und auch um zu schauen, wo wir die Akteure mehr unterstützen können, um die (Innen-)Stadtentwicklung weiter voranzutreiben.

Was sind Schwerpunkte der Innenstadtentwicklung, die Sie persönlich als besonders wichtig erachten?

MALTE GEHRING

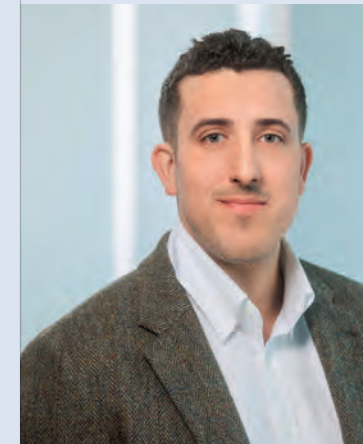
Neben den „klassischen“ Handlungsfeldern nachhaltiger (Innen-)Stadtentwicklung wie etwa dem stadtplanerischen Klimaschutz und -anpassung interessiert mich persönlich das Thema Urbane Produktion (UP), und damit einhergehend auch das Konzept der Produktiven Stadt, enorm.

Unsere Städte stehen aktuell vor bedeutenden Herausforderungen: Sie müssen in Zeiten der Globalisierung und des globalen Klimawandels sozial gerechter, ökologisch nachhaltiger und gleichzeitig produktiver werden. Die Konzepte der Urbanen Produktion können dabei Teilantworten auf die damit verbundenen Problemstellungen bieten. Stadtverträgliche Urbane Landwirtschaft, Urbane Manufakturen und Urbane Industrie haben das Potenzial, Stadtviertel attraktiver zu gestalten und neue wirtschaftliche Perspektiven zu schaffen. In diesem Zusammenhang gibt es bereits zahlreiche positive Beispiele erfolgreicher städtebaulicher Umsetzungen sowie etablierter Unternehmen im urbanen Raum.

Ich sehe erhebliches Potential in gemischt genutzten Quartieren, welche maßgeblich zur nachhaltigen Transformation – auch der MEO-Städte – beitragen können.

Neben den formulierten Erwartungen und Hoffnungen an Urbane Produktion und die Produktive Stadt beschäftigen mich derzeit vor allem auch die Möglichkeiten intelligenter City-Logistik-Konzepte, die einen räumlichen Fokus auf den innenstädtischen Raum haben und zu einer umweltfreundlicheren, resilienteren und stadtverträglicheren Abwicklung von Lieferverkehren im urbanen Raum beitragen sollen.

Vor diesem Hintergrund vollzieht sich im Bereich des städtischen Lieferverkehrs derzeit eine Art Paradigmenwechsel, der die Rahmenbedingungen für den Lieferverkehr in einem gewissen Umfang verändern bzw. ergänzen wird. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf den Lösungsansätzen für die „letzte Meile“, die sowohl ökonomisch als auch sozial und ökologisch verträglich gestaltet werden müssen, um den Verkehrsfluss zu optimieren und Emissionen zu reduzieren. Viele der Pilotprojekte setzen stadtnahe oder innerstädtische Hubs als Ausgangspunkt ein, von denen wiederum umweltfreundliche Lieferfahrzeuge, die über emissionsfreie oder emissionsarme Antriebe wie Elektroantrieb verfügen, zur Verteilung von Gütern in der Innenstadt genutzt werden. Diese Hubs werden hauptsächlich während der Tagesrandzeiten mit Lieferwagen versorgt, während die Feinverteilung über den Tag hinweg von diesen Standorten aus mithilfe kleinerer Lieferfahrzeuge wie e-Lastenräder oder elektrisch getriebener Nutzfahrzeuge (e-Nfz) erfolgt. ▶



Was passiert in Oberhausen?

Ideen zur Ausgestaltung und die Einführung eines gemeinsamen zukunftsweisenden Managements für die verschiedenen Stadtteilzentren in Oberhausen – das war bzw. ist das Ziel eines von der IHK initiierten Projekts. Unternehmerinnen und Unternehmer aus Oberhausen sind bereits 2021 an die IHK herangetreten, dass sich etwas verändern müsse, damit Oberhausen ein zukunftsfähiger Wirtschaftsstandort ist und bleibt.

Zur Ausgangslage: In den drei Stadtteilen Alt-Oberhausen, Osterfeld und Sterkrade passiert viel. Dies allerdings oftmals unkoordiniert und mit wenig Absprachen. Es gibt in Oberhausen viele Kümmerer und Ehrenamtliche, die ihren Stadtteil durch Angebote lebendig, lebenswert und attraktiv machen. Allerdings gibt es ähnlich motivierte Initiativen mit vergleichbaren Aktionen, die voneinander nichts wissen. Die IHK zu Essen hat daher die Initiative ergriffen und gemeinsam mit der OWT GmbH und der Stadt Oberhausen den Dienstleister Stadt und Handel damit beauftragt zu prüfen, ob eine zentrale Stelle geschaffen werden kann, bei der alle Informationen und Erfahrungen der bisherigen Arbeiten in den Stadtteilen zusammenlaufen und der die Schnittstelle zwischen Eigentümern, Nutzern, Bürgern und Verwaltung ist.

Das Ziel: Doppelstrukturen vermeiden und die vorhandenen Ressourcen bündeln, so dass gemeinschaftlich schneller Ergebnisse erzielt werden können. Die Agentur Stadt und Handel hat gemeinsam mit der Stadt Oberhausen, der OWT GmbH und der IHK Speeddatings mit den Akteuren vor Ort durchgeführt und daraus resultierend drei

Workshops im Mai und Juni dieses Jahres durchgeführt, um eine Grundlage für weitere Entscheidungen zu schaffen. Im Herbst soll ein Entscheidungspapier vorgestellt werden, das Lösungsmöglichkeiten und Schritte aufzeigt.



Workshop-Teilnehmende in Oberhausen

Parallel dazu arbeitet die Stadt Oberhausen an einer nachhaltigen und zukunftsfähigen Perspektive für die Entwicklung und Stärkung der Innenstadt von Alt-Oberhausen. Das Nutzungs- und Gestaltungskonzept der Marktstraße solle verändert werden, um die Attraktivität Alt-Oberhausens zu steigern. Beispielsweise sollen der Altmarkt und der Friedensplatz gestalterisch und funktional aufgewertet werden. Auch wird das Bahnhofsumfeld in den Fokus genommen. Aber auch die Sterkrader Innenstadt soll umgebaut und für den Klimawandel fit gemacht werden. Die Hitzeinsel Sterkrade soll entsiegelt werden: im Sommer ist es in der Sterkrader City heißer als im Umland und durch die Versiegelung steigt das Risiko von Überflutungen. Ab 2025 beginnt die Emshergenossenschaft damit, den Elpenbach durch die Innenstadt Sterkrades zu führen.

Der Bach soll bis zum Jahr 2027 unter die Bahnhofstraße verlegt werden. Parallel ist geplant, die Sterkrader Innenstadt mehr zu begrünen und einen Wasserlauf von 300 Metern zu errichten.

Was steht in Mülheim an der Ruhr auf der Agenda?

Sommerreihe im Wallviertel: Jeden ersten Donnerstag von Mai bis September hieß es in diesem Jahr im Wallviertel in der Mülheimer Innenstadt „Schön hier!“. Das beliebte Straßenfest in der Innenstadt wurde von den Gewerbetreibenden organisiert und lockte viele Besucher an. Ziel war zu zeigen, warum es sich lohnt, die Mülheimer Innenstadt zu besuchen: es ist wirklich „Schön hier!“. Schon im September 2021 startete die „Schön hier!“-Reihe. In diesem Jahr gab es besondere Aktionen und Angebote und ein gemütliches, geselliges Straßenfest für alle Altersklassen: von besonderen Speisen und Getränken, Beratungsangeboten, tanzbaren Beats, Live-Musik, Handwerk oder Improvisations-Theater war in diesem Jahr alles dabei. Die teilnehmenden Betriebe konnten man an den hellblauen „Schön hier!“-Fahnen erkennen. Die Idee der Veranstaltungsreihe „Schön hier!“ ist als gemeinsames „Flagge zeigen“ von Gewerbetreibenden, Sponsoren und der Stadt Mülheim mit vielen ihrer Fachdienststellen zu sehen, die auf lokale Angebote Wert legen.

In der Mülheimer Innenstadt gibt es weitere positive Entwicklungen: Das Forum City Mülheim ist ein Beispiel für eine neu geschaffene

Nutzungsmischung. Bis Ende des Jahres verwandelt es sich von einem Einkaufszentrum zu einer Mischung aus Gesundheits- und Einkaufszentrum: Forum Medikum. Durch die Vernetzung von Einzelhandel, Gastronomie und Gesundheitsstandort können Wartezeiten überbrückt und Wege reduziert werden. Im Erdgeschoss-Bereich gibt es weiterhin ein Einzelhandelsangebot und im oberen Bereich entsteht ein Gesundheitszentrum.

Was wird in Essen geplant?

Stadtgutschein Essen:

Eine erfreuliche Nachricht für Unternehmen in Essen: Die Stadt hat eine Initiative gestartet, um Gastronomen und Einzelhändlern mit dem „Stadtgutschein“ unter die Arme zu greifen. Diese Maßnahme kommt auch den Kunden zugute. Weitere Informationen zu diesem Thema finden Sie im Artikel zum Stadtgutschein (S.69).

Königshof Essen / Körfer-Gruppe:

Umbau und Revitalisierung eines ehemaligen Kaufhauses. Eines der bedeutendsten historischen Gebäude in der Innenstadt von Essen erfährt derzeit eine umfassende Sanierung: Der Königshof, der das Tor zur Fußgängerzone der Innenstadt bildet, wird bald in neuem Glanz erstrahlen. Dieses Projekt wird zu einem Prestigeobjekt für die Essener Innenstadt und wird künftig das Entrée und zentraler Nahversorgungsstandort der Innenstadt sein. ▶

Veranstaltungsreihe „schön hier“ in Mülheim an der Ruhr



Die Koerfer-Gruppe führt derzeit die Sanierung und Modernisierung des ehemaligen Gebäudes der „Galeria Kaufhof“-Filiale am Willy-Brandt-Platz durch. Im Rahmen dieser Maßnahme wird auch der Pavillon, der gleichzeitig einen Zugang vom Untergeschoss des ehemaligen Kaufhauses ermöglicht, neu errichtet.

Im Zuge der Revitalisierung des ehemaligen Kaufhausgebäudes im Herzen von Essen entstehen in exponierter Lage neue Handelsflächen im Unter- und Erdgeschoss des ehemaligen Galeria-Kaufhof-Gebäudes. Dort wird künftig eine Mischung aus Einzelhandel, Restaurants, Cafés und Büroflächen angeboten.

Die Koerfer-Gruppe hat mit dem Markthallenbetreiber „mercateo“ einen neuen Hauptmieter gewonnen, der im Erdgeschoss eine Kombination aus Gastronomie und Lebensmittelgeschäften anbieten wird. Darüber hinaus werden erstmals in Essen wechselnde Angebote in Pop-up-Stores entstehen, die in Verbindung mit Veranstaltungen ein modernes Einkaufserlebnis bieten werden. Im „Basement“, der zweiten Handelsebene, wird ein großer ALDI-Markt eröffnet, und der bekannte türkische Supermarkt „Erdemli“ wird ebenfalls Mieter des Basements sein. Die zweite Etage wird vom Familienunternehmen AllDent Zahnzentrum GmbH bezogen.

Das Gebäude erstreckt sich über insgesamt sechs oberirdische Stockwerke sowie ein unterirdisches Geschoss. In den fünf oberen Stockwerken sind moderne Büroflächen geplant. Die Außenbestuhlung der neu geschaffenen gastronomischen Einrichtungen im Erdgeschoss wird auf eine natürliche Art und Weise für eine Belebung des angrenzenden Willy-Brandt-Platzes sorgen.

Ein Teil des Untergeschosses wird unter dem angrenzenden Willy-Brandt-Platz ausgebaut und bietet den Kunden in Zukunft einen direkten und bequemen Zugang zur Essener U-Bahn.

Sowohl der Standort als auch das Gebäude selbst verfügen über eine bewegte und ereignisreiche Geschichte: Im Jahr 1900 stand hier das „Grand Royal Hotel“, später wurde es als Hotel Königshof bekannt, dessen Name nun wiederbelebt wird. Im Jahr 1937 wurde an diesem Standort das Deutsche Familien-Kaufhaus („DeFaKa“) eröffnet. In den 70er Jahren wurde es als Kaufhaus Horten betrieben und in den 90er Jahren von Galeria Kaufhof übernommen.

Die Fertigstellung des Königshofs Essen ist für Mitte 2024 geplant.



Umgestaltung Willy-Brandt-Platz:

Der Willy-Brandt-Platz bildet den zentralen Eingangsbereich zur Innenstadt von Essen und ist damit einen bedeutender physischer Ankerpunkt. Er liegt zwischen dem Hauptbahnhof und der Innenstadt und wird tagtäglich von zahlreichen Menschen frequentiert.

Der Willy-Brandt-Platz ist dementsprechend, als der meistfrequentierte Zugang zur Essener Innenstadt, sowohl aus städtebaulicher als auch verkehrstechnischer Sicht heraus ein herausragendes „Aushängeschild der Stadt“. Dennoch erscheint die gegenwärtige Gestaltung und Ausstattung des Platzes aus heutiger Perspektive nicht mehr zeitgemäß und wird von vielen Besuchern als zu eintönig und monofunktional wahrgenommen. Ab dem kommenden Jahr wird deshalb die

Neugestaltung des Willy-Brandt-Platzes im Rahmen des neu formulierten Integrierten Entwicklungskonzepts „Zukunft.Essen.Innenstadt“ in Angriff genommen.

Aber auch schon jetzt gibt es bedeutende Veränderungen auf und um den Platz herum. Derzeit wird, wie bereits erwähnt, die ehemalige Filiale von Galeria Karstadt Kaufhof westlich des Platzes in das neue „Königshof“-Gebäude umgebaut. In Kürze werden flankierend dazu die Bauarbeiten für das neue Eick-Haus (ehemals SINN) am nördlichen Ende des Platzes beginnen. Im Zuge der Entwicklung der neuen Straßenbahnlinie CITYBAHN entsteht zudem eine neue Haltestelle zwischen dem Willy-Brandt-Platz und dem Hauptbahnhof, die sich künftig inmitten der neugestalteten Hollestraße befinden wird.



*Ansprechpartnerin
Standortmarketing:*
YVONNE SCHUMANN



*Autor & Ansprechpartner
Raumordnung, Stadtentwicklung & Mobilität:*
MALTE GEHRING



*Autorin & Ansprechpartnerin
Handel, (Innen-)Stadtentwicklung,
Werbegemeinschaften:*
ALISA GEIMER



Aufruf an alle Akteure in der Innenstadt (Gastronomen, Händler und Werbe-, Interessen- und Standortgemeinschaften)

Um mit Ihnen in den Austausch zu kommen und Sie zielgerichtet zu Veranstaltungen oder Themen zu informieren, möchten wir gerne einen Verteiler für alle Akteure in der Innenstadt, also Gastronomen, Händler sowie Werbe-, Interessen- und Standortgemeinschaften aufbauen. Gerne bewerben wir auch Ihre Stadtfeste oder Veranstaltungen. Denn die Innenstadt, ihre einzelnen Quartiere und ihre Funktionen müssen künftig vielmehr als in der Vergangenheit aus den verschiedenen Blickwinkeln heraus betrachtet und weiterentwickelt werden. Um dieses Ziel zu erreichen, ist es erforderlich, bestehende Netzwerke zu erweitern, um Raum für Dialoge zu schaffen und schließlich neue Ideen und Konzepte zu entwickeln. Denn neben finanziellen Mitteln und Zeit ist vor allem die gemeinsame Anstrengung vonnöten, um die Potenziale der Innenstadtviertel herauszuheben. Wenn Sie das auch so sehen, dann lassen Sie uns dazu bitte Ihre Kontaktdaten zukommen.

Schreiben Sie dazu gerne eine E-Mail an
Alisa Geimer,
alisa.geimer@essen.ihk.de

UNSERE REGION

Das DeutschlandTicket macht mobil!

Einfach in Bus und Bahn des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) einsteigen und mit einem einzigen Ticket quer durch Deutschland fahren, ohne sich Gedanken über Tarife und Zonen machen zu müssen? Mit dem Deutschland-Ticket (kurz: D-Ticket) ist das möglich!

Mit dem Deutschlandticket bundesweit unterwegs

Seit dem 1. Mai 2023 ist das Deutschland-Ticket am Start. Der Ansturm auf die neue Fahrkarte war riesig. Nach Angaben des Verbands Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) haben bereits bis zu elf Millionen Kundinnen und Kunden von dem Angebot Gebrauch gemacht.

Arbeitgeber und Staat machen das D-Ticket noch günstiger

Arbeitnehmer:innen können das DeutschlandTicket auch als Jobticket für 34,30 Euro erwerben. Wenn Arbeitgeber:innen das Abonnement subventionieren, gewährt der Bund zusätzlich einen Zuschuss. Dadurch können Angestellte mindestens 30 Prozent des Gesamtpreises einsparen.

Im Ringen um Fachkräfte und im Hinblick auf die Arbeitgeberattraktivität lohnt es sich für

Unternehmen zunehmend, das DeutschlandTicket-Job für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter komplett zu übernehmen.

Betriebe können Kosten absetzen: Jobticket-Zuschuss kostet Arbeitgeber:innen kaum etwas

Die Kosten, die Betriebe für ihre Mitarbeitenden übernehmen, können sie als Betriebsausgaben von der Einkommenssteuer absetzen (§ 4 Absatz 4, EStG). Dies schließt auch die Bereitstellung eines JobTickets mit ein. Die Möglichkeit, diese anfallenden Kosten steuerlich abzusetzen, kann für Unternehmen ein zusätzlicher Anreiz und Motivation sein, das neue Jobticket als Angebot für ihre Mitarbeiter zu nutzen. Durch die Förderung des Bundes und die Steuerersparnis können Unternehmen die Kosten senken und gleichzeitig einen Beitrag zum Umweltschutz leisten.

Ticketmodell	DeutschlandTicket Job
Unterstützung von Arbeitgeber:innen	Bezuschussung von 25 Prozent (Mindestzuschuss)
Bei Zuschuss des Arbeitgeber:innen	Bezuschussung von weiteren fünf Prozent durch den Bund (der sog. Jobticketvorteil)
Endnutzpreis für Angestellte	34,30 Euro



Interessiert? Ihr Weg zum Deutschlandticket-Jobticket

Haben Sie Fragen zum notwendigen Rahmenvertrag oder der Bestellung? Brauchen Sie Unterstützung? Melden Sie sich gerne bei den Ansprechpartnern der Deutschen Bahn, der Ruhrbahn oder der STOAG. Für Erstberatungen stehen wir Ihnen aber natürlich auch zur Verfügung.



UNSERE REGION

Essener Stadtgutschein: Eine Karte, viele Vorteile

Support your local – spätestens seit der Corona-Pandemie haben die Menschen realisiert, wie wichtig es ist, lokal einzukaufen.

Einkauf vor Ort – Unterstützung der lokalen Unternehmen

Um das lokale Angebot noch attraktiver und einfacher zu machen, hat die EMG – Essen Marketing GmbH - den Essener Stadtgutschein ins Leben gerufen. Der neue Gutschein, der als wiederaufladbare Gutschein-karte gekauft oder auch als pdf-Gutschein heruntergeladen werden kann, gilt in zahlreichen Geschäften, Gastronomiebetrieben, bei Dienstleistern und auch für Kulturangebote innerhalb Essens. Und er ist ein ideales Tool für Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber in Essen, um die Attraktivität des eigenen Unternehmens zu heben. Denn laut Gesetz können Arbeitgeber*innen jedem Mitarbeitenden monatlich bis zu 50 Euro als steuerfreien Sachbezug, das heißt maximal 600 Euro im Jahr, zukommen lassen. Zusätzlich können jedem Mitarbeitenden im Jahr 180

Euro steuerfrei zu maximal drei Anlässen à 60 Euro geschenkt werden, zum Beispiel zu besonderen Anlässen wie Hochzeit, Firmenjubiläum oder Geburtstag. Mit dem neuen Essener Stadtgutschein motivieren die Unternehmen aber nicht nur ihre Mitarbeitenden, sie schaffen zugleich eine Bindung der Kaufkraft vor Ort. Dadurch wird zusätzlich der Wirtschaftsstandort Essen aufgewertet, was es wiederum leichter macht, neue Mitarbeitende nach Essen zu holen und in der Region zu halten. Natürlich ist der Stadtgutschein nicht nur im beruflichen Bereich ein echter Gewinn, er eignet sich auch als perfektes Geschenk im Familien- oder Freundeskreis. So ist er vielseitig einsetzbar und kann jederzeit wieder aufgeladen werden. Und dies ohne zusätzliche Hardware. Der Essener Stadtgutschein: Einkaufen in Essen war noch nie so einfach!



Ansprechpartner:

EMG-Mitarbeiter
Christian Kelch
0201 / 88 720 26
Mail: kelch@emg.essen.de

www.stadtgutschein-essen.de



UNSERE REGION

3 Fragen zum Triple Z

*Das ZukunftsZentrumZollverein
Aktiengesellschaft zur Förderung
von Existenzgründungen – Triple Z
Im Interview mit Stefan Kaul,
Zentrumsleiter & Vorstandsvorsit-
zender, & Sophia Schmidt-Dahlen,
stv. Zentrumsleiterin & Prokuristin*

1

Was sind die Aufgaben des Triple Z?

STEFAN KAUL

Triple Z ist das Gründungs- und Unternehmenszentrum in Essen. Fährt man auf das Gelände in Katernberg, findet man sich auf einem Campus aus historischen Zechengebäuden der Zeche Zollverein, Schacht 4/5/11 wieder, in denen sich seit 1996 rund 500 Unternehmen angesiedelt haben. Dabei sind die Räumlichkeiten so unterschiedlich wie die Branchen der aktuell 100 ansässigen Unternehmen: vom 10 m²-Büro bis zur 200 m² großen Produktionshalle und vom Anlagenbauer über Startups aus dem Gesundheits- und Technologiesektor bis hin zum klassischen Dienstleister und Handwerksbetrieb reicht das Spektrum.

Die Förderung von Existenzgründungen ist unsere in der Satzung seit 1996 festgehaltene Aufgabe. Und diese erfüllen wir zum Beispiel, in dem wir flexible Mietkonditionen anbieten und die Preise so gestalten, dass sich auch junge Unternehmen die ersten „eigenen vier Wände“ leisten können – ohne dabei ein zu großes Risiko einzugehen.

Sophia Schmidt-Gahlen: Neben flexiblen räumlichen Möglichkeiten in einem inspirierenden, industriehistorischen Umfeld unterstützen wir Unternehmensgründungen insbesondere, indem wir mit den Unternehmerinnen und Unternehmern im regelmäßigen Austausch sind. Wir suchen aktiv das Gespräch – sei es beim Mittagessen im Bistro, dem Interview, das wir mit allen neuen MieterInnen für Newsletter und Blog führen, dem Gang über den Campus oder dem gezielten Anruf, wenn wir uns schon länger nicht mehr gesehen haben. So können wir bei Bedarf mit dem richtigen Netzwerkkontakt oder dem benachbarten Unternehmen vernetzen, wodurch schon einige Kooperationen entstanden sind.

Der Austausch bietet für uns auch die Möglichkeit, passende Workshops zu relevanten Themen anzubieten – für alle Triple Z-Unternehmen. Wenn wir Expertise beim Thema Förderungen, Steuern, Recht oder zur Gründung benötigen, arbeiten wir mit unseren Partnern und ansässigen Unternehmerinnen und Unternehmern zusammen. Viele erfolgreiche Gründungen sind in der langjährigen Zusammenarbeit mit dem Startercenter der IHK gelungen.

2

Wie setzt sich die Arbeit mit der IHK zu- sammen?

SOPHIA SCHMIDT-GAHLEN

Wir bekommen viele Anfragen von Ratsuchenden, die im Gründungsprozess – oder kurz davor – Informationen benötigen. Unabhängig vom vierteljährlichen Sprechtag mit IHK und EWG stellen wir den Kontakt zum Startercenter für ein persönliches Gespräch her. Darüber hinaus empfehlen wir immer die Seminare und Workshopangebote, die die IHK regelmäßig anbietet. Zudem freuen wir uns, dass die Hauptgeschäftsführerin, Kerstin Groß, seit letztem Jahr Mitglied unseres Aufsichtsrates ist. Damit kann die Zusammenarbeit in Zukunft noch mehr ausgestaltet werden.

3

Gutes Stich- wort: Was wünschen Sie sich für die Zukunft und den Standort?

STEFAN KAUL

Zuallererst wünschen wir uns natürlich eine weiterhin hohe Entwicklungsdynamik mit innovativen Gründenden und Startups! Spannende Unternehmen, die in Zukunft ihren Unternehmensstandort auf Schacht 4/5/11 haben, benötigen eine entsprechende Infrastruktur.

Da dies kein Selbstläufer ist, arbeiten wir laufend an technischen Optimierungen. Die Herausforderungen liegen dabei vor allem bei der Deckung des steigenden Energiebedarfs – auch von energieintensiven Startups – aus regenerativen Energien, allen voran Photovoltaik, und der Ladeinfrastruktur. Dazu wünschen wir uns Unterstützung, insbesondere Deregulierung seitens des Gesetzgebers.

Sophia Schmidt-Gahlen: Auch in Zukunft werden die seit vielen Jahren bestehenden guten Kontakte zur IHK, den Universitäten und Hochschulen, aber auch mit den Akteuren im Startup- und Gründerökosystem weiter gepflegt.

Wir wünschen uns, dass die Zusammenarbeit und die gegenseitige Ergänzung in Punkto (Beratungs-)Angebote im Sinne der Gründerinnen und Gründer auch in Zukunft weiter dynamisch und zielführend ist.

© Triple Z AG/annik Willing einfügen



Logistikstandort Essen – hohe Nachfrage, wenig Flächenreserve

Von Thomas Schmidt, Managing Director Logivest NRW GmbH und
Kresimir Basic, Head of Industrial and Logistics Letting Logivest NRW GmbH

Logistikunternehmen planen mit steigendem Flächenbedarf

Das Ruhrgebiet ist mit 5,1 Millionen Einwohnern nicht nur der drittgrößte Ballungsraum Europas, sondern auch eine der wichtigsten Logistikdrehscheiben Europas. Allerdings steht die gesamte Logistikregion vor einer großen Herausforderung: Überall fehlen Flächen. Die großen Brachflächen der Montanindustrie sind nahezu erschöpft, neue Kapazitäten in größerem Umfang nicht in Sicht.

Essen ist vor allem durch kleinere Businessparks geprägt

Innerhalb des Ruhrgebiets beziehungsweise der Logistikregion Duisburg-Niederrhein nimmt Essen eine besondere Rolle ein. In der Stadt gibt es vorrangig kleinere gemischt genutzte Logistikflächen in Form von

Business- und Unternehmerparks bis 2.000 Quadratmeter, während die großen Logistikhallen hauptsächlich um Dortmund und Duisburg entstehen. Essen hingegen zeichnet sich durch eine stärkere Durchmischung von Bürokomplexen und Gewerbeparks aus als andere deutsche Städte, in denen Büros im Zentrum und Gewerbeparks am Stadtrand angesiedelt sind.

Dennoch ist die Nachfrage nach produktionsnaher Logistik innerhalb Essens hoch. Zu den lokalen vorherrschenden, logistikrelevanten Branchen gehören unter anderem das Baugewerbe, die chemische Industrie, die Elektroindustrie, Gummi- und Kunststoff-Waren, Handelsunternehmen sowie das Automotive-Segment. Auch für die entsprechenden Dienstleister ist der Standort attraktiv. Vermietungsseitig gehören Essen und Dortmund zu den gefragtesten



THOMAS SCHMIDT,
Managing Director Logivest NRW GmbH

Standorten im Ruhrgebiet. Die Mietpreise bewegen sich im Logistikbestand zwischen 5,00 und 6,00 Euro je Quadratmeter und Monat, abhängig vom Zustand der Halle. Im Neubau werden Preise zwischen 6,50 und 7,50 Euro aufgerufen.

Neubauprojekte entstehen durch Brownfield-Revitalisierung

Aktuell prägen drei wichtige Neubauprojekte den Logistik- und Gewerbestandort Essen. Erstens ist hier der „Business Park City Dock Essen“ zu nennen. Der Entwickler Panattoni realisiert auf dem Areal eines ehemaligen Schulungsgeländes rund 15.200 Quadratmeter Logistik- und Gewerbefläche. Das Projekt konnte Ende 2022 erfolgreich abgeschlossen werden. Die Flächen sind zwischenzeitlich vollständig vermietet. Zweitens entwickelt die TÜV Nord Group den nördlichen Teil des Geländes am Technologiepark in Essen-Frillendorf auf einer Fläche von insgesamt rund 75.000 Quadratmetern. Das aktuell größte Projekt ist die Umwandlung der ehemaligen Zeche Matthias Stinnes mit rund 87.000 Quadratmeter Gesamtfläche. Bei all diesen Projekten handelt es sich um Brownfield-Revitalisierungen, sprich Flächen,

die beispielsweise durch den Strukturwandel obsolet geworden sind, und durch teils aufwendige Sanierung wieder nutzbar gemacht werden. Ein wichtiger Schritt in Richtung Nachhaltigkeit, da keine neuen Flächen versiegelt werden und moderne, energieeffiziente Logistikimmobilien oft mit Photovoltaikanlagen entstehen. Darüber hinaus ist der Rück- und Neubau die einzige Variante, neue Flächen auf den Markt zu bringen. Weitere Grundstücksreserven oder freie Standorte gibt es nicht.

Die Erschwinglichkeit der Flächen wird zum Schlüsselfaktor

Der Logistikstandort Essen erfreut sich aufgrund seiner Förderung und Infrastruktur derzeit noch großer Beliebtheit. Darüber hinaus gibt es viele Möglichkeiten, die Gewerbeparks zukunftsfähig und nachhaltig zu gestalten. Die schwache Konjunktur und steigende Zinsen hingegen wirken sich auch auf die Projekte aus und können zu steigenden Mietpreisen führen.

Die mittel- bis langfristige Entwicklung des Logistikstandortes Essen hängt daher entscheidend davon ab, wie viele Flächen dem Markt zur Verfügung stehen.



KRESIMIR BASIC,
Head of Industrial and Logistics
Letting Logivest NRW GmbH



UNSERE REGION

Unternehmensjubiläen

Unternehmensjubiläen
im Juli

75
Jahre

Sprenker & Gravius GmbH & Co. KG
1. Juli 2023, Essen

50
Jahre

**Krossler & Kämpchen Kraftfahrzeug-
teile-Handelsgesellschaft mbH**

1. Juli 2023, Essen

**Adler-Apotheke
Dr. Martin Fischer e. K.**
2. Juli 2023, Essen

25
Jahre

**Büro für Unternehmens-
kommunikation GmbH**
2. Juli 2023, Essen

Central Reisebüro Essen GmbH
21. Juli 2023, Essen

Sonnen-Immobilien GmbH
6. Juli 2023, Oberhausen

Calamus Büroservice e. K.
1. Juli 2023, Essen

Martina Arntz
27. Juli 2023, Essen

Brigitte Monika Pieper
1. Juli 2023, Essen

Hardi Hartmann
1. Juli 2023, Essen

Unternehmensjubiläen
im August

75
Jahre

**GEB Schuh-Großeinkaufs-
Bund GmbH**
12. August 2023, Essen

**GEB Schuh-Großeinkaufs-
Bund GmbH & Co. KG**
12. August 2023, Essen

50
Jahre

**Interessengemeinschaft der
Lohnsteuerzahler -Lohnsteuerverein
Essen-Ruhr e. V.**
11. August 2023, Essen

**Heinrich Stöckmann
„Stöckmann's Restaurant“**
1. August 2023, Essen

25
Jahre

**ETRAS Schmutzwasser
Entsorgung GmbH**
1. August 2023, Essen

**CoPeB Ingenieurberatungs-
gesellschaft mbH**
24. August 2023, Essen

FinanzInformationsZentrum GmbH
17. August 2023, Essen

Karl Heinz Emmerich
10. August 2023, Essen

Wolfgang Manfred Kunz
1. August 2023, Essen

Unternehmensjubiläen
im September

25
Jahre

mbm Consulting Partners GmbH
30. September 2023, Mülheim an der
Ruhr

**SILOXA Engineering Aktiengesell-
schaft**
23. September 2023, Essen

**Medical Vision Gesellschaft für visu-
elle Kommunikation**
9. September 2023, Essen

Martin Menze
23. September 2023, Essen

Wolfgang Dieter Ressel
18. September 2023, Essen

Walter Boseck Hochglanzwelt
3. September 2023, Essen

Sonnen- und Sichtschutz Schilling
24. September 2023, Essen

Roman Blömeke
1. September 2023, Essen

Ante Sekulic
28. September 2023, Essen



Ansprechpartnerin
Koordination Jubiläen:
BIRGIT AMMACHER

UNSERE REGION

300 Jahre Gerresheimer: Einmal Glas, immer Glas

Gerresheimer AG

„Uns ist wichtig, dass unsere Kunden uns 100prozentig vertrauen und wir mit unseren Verpackungslösungen zu Gesundheit und Wohlbefinden beitragen. Wir setzen auf Qualität, Innovation, Nachhaltigkeit und Kundenzufriedenheit,“ sagt Dr. Dirk Müller.



Autorin:
SIMONE
STACHELHAUS



Ansprechpartnerin
Koordination Jubiläen:
BIRGIT AMMACHER

Leidenschaft Glas

Von Haus aus Chemiker, ist er seit Januar 2023 Standortleiter bei Gerresheimer in Essen und macht aus seiner Leidenschaft für das transparente Material kein Geheimnis. Zuvor leitete er bereits in Hannover eine Glashütte, die 2019 ihr 275-jähriges Jubiläum feierte. Jetzt leitet er mit der Gerresheimer Essen GmbH ein Werk, dessen Ursprünge bis 1723 zurückreichen und in diesem Jahr stolz auf seine beeindruckende 300-jährige Geschichte zurückblickt. Heute ist das Unternehmen als Teil der Gerresheimer AG ein moderner Produktionsstandort für hochwertige Glasverpackungslösungen der Pharma-, Kosmetik- und Lebensmittelindustrie für eine Vielzahl von namhaften und internationalen Kunden.

Mit Glas als sicherem und recyclefähigem Material boomt die Nachfrage nach diesem natürlichen Wertstoff. Mehr als hunderttausend Glasbehälter werden bei Gerresheimer an einem Tag produziert. Neben Fingerspitzengefühl ist hier auch ein kühler Kopf gefragt! Bei Temperaturen von mehr als 1500 Grad im Schmelzprozess haben die fertigen Behälter, die auf dem Band in den Kühlbereich laufen noch 800 Grad. Im Kühlbereich durchläuft jede Flasche ihren automatischen Inspektions- und Verpackungsprozess. Wo früher noch Handarbeit und Körperkraft gefragt war, gibt es heute mittels modernster Technologie durch den Einsatz von Robotern eine sehr effiziente Produktion hochwertiger Glasverpackungen.



Mensch und Maschine arbeiten Hand in Hand

Die Zusammenarbeit von Mensch und Maschine spielte in der Glasproduktion schon immer eine entscheidende Rolle. Heute gewinnt der Einsatz von KI in vielen Bereichen der Produktion an Bedeutung. Investitionen in IT und Technik helfen, optimierte Werkstoffverwendung zu ermöglichen und damit günstiger und nachhaltiger zu produzieren. Aber eines steht fest: Der Mensch ist unersetzlich! „Der Mensch und der Zusammenhalt im Job ist das A und O für unser Unternehmen. Wir haben teilweise Mitarbeiter, die in der 3. Generation hier arbeiten. Ohne Teamwork läuft so eine Anlage gar nicht“, betont Dr. Müller. Der Zusammenhalt im Team zeigt sich nicht nur bei der Fertigung, sondern auch bei dem jährlichen internationalen Fußballturnier der Werksmannschaften im Sommer, welche von Tradition bei Gerresheimer sind. Insgesamt nahmen 13 Mannschaften teil. Gerresheimer Essen

war nicht nur mit seinem Jubiläumsstandort stolzer Gastgeber dieses Events, sondern gewann auch das Turnier! Dr. Müller ist stolz auf sein engagiertes Team: „Ob an der Fertigungsanlage oder auf dem Platz, meine Mitarbeiter geben immer ihr Bestes!“



Kerstin Groß bei der Urkundenübergabe im Rahmen der Jubiläumsfeier.



Info

Vor 300 Jahren als „Königlich privilegierte Glasmanufaktur“ gegründet, konnte die heutige Gerresheimer Essen GmbH im April ihr Jubiläum feiern. Einen Überblick der wichtigsten Unternehmensdaten finden Sie hier:
www.gerrersheimer.com





UNSERE REGION – JUBILÄEN 54

Jürgen Stoffel Junior führt das Unternehmen in dritter Generation weiter. Kerstin Groß hat ihm und seinen Eltern die Jubiläumssurkunde überreicht.

UNSERE REGION

125 Jahre: Vier Generationen gehen mit der Zeit

Hennenbruch

Als am 29. Oktober 1898 Heinrich Hennenbruch sein Geschäft für Uhren, Schmuck und Brillen in Mülheim an der Ruhr eröffnete, war das Thema Uhren zeitgemäß – und ist es noch bis heute.



Autorin:
**SIMONE
STACHELHAUS**

Funktion, Technik und Mode – Uhren sind immer zeitgemäß

Obwohl bereits Anfang des 18. Jahrhunderts die Uhr für das Damen-Handgelenk erfunden wurde, sollte es noch etwas dauern, bis sich die Mode in Deutschland etablierte und die bis dahin so beliebte Taschenuhr ablöste. Die Moden für Uhren und Schmuck sind im stetigen Wandel und man kann gut beobachten, was sich über die Jahrzehnte veränderte.

Familientradition wird bewahrt

Wenn man Jürgen Stoffel Junior in seinem Geschäft in der Oberhausener Str. 155 besucht, zeigt er stolz ein Erbstück der Familie. Eine sehr gut erhaltene Spieluhr, eine sogenannte Zylinder-Musikbox, die wahrscheinlich Ende des 18. Jahrhunderts entstand und im perfekten Zustand ist. Denn er ist mit der gleichen Faszination für Uhren angetreten, um das Erbe vom Urgroßvater fortzuführen,

wie schon Großvater, Mutter und Vater vor ihm. Die technisch komplizierten Meisterwerke müssen regelmäßig gewartet und bei Bedarf auch repariert werden. „Uhrenmacher gibt es nicht mehr viele. Daher kommen meine Kunden auch über die Grenzen des Ruhrgebiets hinaus zu mir. Sie wissen, hier finden sie fachlichen Rat und unkomplizierte Hilfe.“ Jürgen Stoffel Junior ist von der Swatch-Group zertifiziert für diverse Marken und daher auch autorisiert für die Wartung beliebter Modelle.

Ein neues Geschäftsfeld erschließt sich ihm mit einer Spezialisierung auf das Metall Zinn. Unlängst hat er eine Zinnuhr mit neuem Uhrwerk versehen und hilft Sammlern das eine oder andere Stück zu ergattern. „Ich mache das gerne, weil es auch ein Hobby von mir ist.“ So kann die Familienchronik der Hennenbruchs/Stoffels noch lange mit der Geschichte der Uhren verbunden bleiben.



Weitere Informationen
finden Sie unter:
www.uhren-hennenbruch.de

UNSERE REGION

50 Jahre myneva Deutschland GmbH

myneva Deutschland GmbH

Die IHK gratuliert der myneva Deutschland GmbH zu einem außergewöhnlichen 50. Geburtstag.



Immer an einem Ort

Weshalb außergewöhnlich? Es handelt sich um ein IT-Unternehmen! In IT-Zeitaltern ausgedrückt hat myneva es geschafft, von der digitalen Bronzezeit die ganze Entwicklung bis zum „homo ITcus“ erfolgreich mitzumachen.

Die Jubiläums-Urkunde nahm Holger Gratz entgegen. Er ist nicht nur Standortleiter und Markenchef für die heimbas Software (brandlead) der myneva Deutschland GmbH sondern einer der allerersten Angestellten der Firma. Er blickt auf mittlerweile 28 Jahre Zugehörigkeit zurück und war somit der ideale Gesprächspartner, um auf die spannende Firmengeschichte zurückzublicken.

1973 wurde der Vorläufer des heutigen Unternehmens in Essen-Steele als basic-edv GmbH gegründet – damals als Spezial-

list für Finanzbuchhaltung und Fakturierung. Kurios: Die Firma hat in Essen immer unter derselben Adresse in einem Wohngebiet firmiert – nur, dass sie heute das gesamte Gebäude und Nebengebäude belegt. In den 1980er Jahren erfolgte die unternehmerische Neuausrichtung auf das Sozialwesen. Durch eine kluge Unternehmenspolitik der Firmengründer, Fusionen, Aufkäufe, aber auch zeitlich glückliche Fügungen im Markt, hat sich das Unternehmen innerhalb der 50 Jahre zu einem der heute führenden europäischen Software-Anbieter für alle Bereich des Sozialwesens entwickelt. Mit seinen rund 30 Mitarbeitenden am Standort Essen ist die Firma heute ein integraler Teil der myneva-Gruppe, die europaweit über 300 Mitarbeiter beschäftigt.

Auf die nächsten 50 Jahre!



Ansprechpartner
International:
MARC MECKLE

UNSERE REGION

IDL Essen-Ruhr e. V. feiert 50-jähriges Jubiläum



Die IDL Essen-Ruhr e. V. wird 50, aus diesem Anlass nahm der Vereinsvorsitzende Bernd Eckermann gemeinsam mit Samira Gharssali-Schönmeyer und Oliver Ivanoski die Jubiläumssurkunde von IHK-Geschäftsfeldleiter Franz Roggemann entgegen. Seit nunmehr 50 Jahren setzt sich die IDL für Arbeitnehmerentlastung und Steuergerechtigkeit ein und unterstützt über 15.000 Vereinsmitglieder bei ihren Steuerangelegenheiten.

UNSERE REGION

Förderverein Universität Duisburg-Essen

Wirtschaft trifft Wissenschaft

Ein starkes Netzwerk für den Standort

Im Förderverein der Universität Duisburg-Essen vereinen Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens, Alumni, Professoren, Studierende oder ganz einfach Freunde der Universität ihren gemeinsamen Wunsch, die UDE zu unterstützen, voranzutreiben und in der Region zu verankern.

Zu den Förderern gehören auch mehr als 100 Unternehmen und Organisationen aus der Region. Sie tun damit nicht nur etwas „Gutes“ und stärken unseren Standort, sondern können auch von einem engen Draht zu ihrer Universität profitieren. Stichwort Wissenstransfer. Stichwort Fachkräftesicherung.

Wissenstransfer

Wissen, das an der UDE entsteht, soll auch in der Praxis ankommen. Hierbei unterstützt der Förderverein die Universität. Gleichzeitig können Unternehmen wichtige, anwendungsorientierte Impulse zur Forschung und Entwicklung geben und damit zum Erfolg der Forschungsprojekte beitragen. Der Förderverein ...

- initiiert gemeinsame (Forschungs-)Projekte von Unternehmen mit Akteuren der UDE und vermittelt Kontakte.
- organisiert Präsentationen zu Themen aus Wissenschaft und Forschung mit Relevanz für die Praxis.
- engagiert sich dafür, die Transparenz der Aktivitäten an der UDE zu erhöhen.



Fachkräftesicherung

Die UDE ist für viele Unternehmen der Region eine wichtige Quelle zur Sicherung des Fachkräfte- und Führungsnachwuchses. Der Förderverein ...

- vernetzt Studierende frühzeitig mit potenziellen Arbeitgebern, um ihnen Jobperspektiven in der Region aufzuzeigen.
- unterstützt Studierende bei der Suche nach Praktika und Werkstudententätigkeiten sowie Partnern aus der Wirtschaft für unternehmensnahe Projekt- und Abschlussarbeiten.
- initiiert gemeinsame Projekte von Unternehmen mit Studierenden der UDE.



Autor:
ROBERT SCHWEIZOG



Ansprechpartnerin
Förderverein UDE:
KERSTIN GROß

» Der Förderverein verbindet in vorbildlicher Weise die Aktivitäten und Arbeitsgebiete von Universität und Wirtschaft. Für Unternehmen ist dabei insbesondere die Chance auf die Gewinnung von Fachkräften von zunehmender Bedeutung.«

JUTTA KRUFFT-LOHRENGEL
Präsidentin der IHK zu Essen und Vizepräsidentin
des Fördervereins Universität Duisburg-Essen



Info

Auch Sie wollen von dem starken Netzwerk aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft profitieren? Das Beitrittsformular und weitere Informationen zum Förderverein der Universität Duisburg-Essen finden Sie hier:

<https://www.ihk.de/niederrhein/hauptnavigation/service-beratung/netzwerke/foerderverein-ude?shortUrl=%2Ffoerderverein-ude>





Birgit Unger (links) führte durch das Abendprogramm. Jutta Krufft-Lohrengel (mitte) und Kerstin Groß (rechts) begrüßten die Gäste.

UNSERE THEMEN

Neue Impulse für die MEO-Region

Zuversicht beim IHK-Jahresempfang in der Essener City

Die IHK rief auf ihrem Jahresempfang im GOP-Theater zur Zusammenarbeit auf, auch im Hinblick auf den aktuell veröffentlichten Konjunkturtrend. Mehr als 330 Gäste aus Wirtschaft, Politik und Ehrenamt nahmen am wichtigsten Netzwerktreffen der hiesigen Wirtschaft teil.

Der Abend stand ganz im Zeichen von Veränderungen, Kreativität und Austausch. Präsidentin Jutta Krufft-Lohrengel begrüßte ihre Gäste: „Bei allen negativen und schmerzhaften Nachrichten, lassen Sie uns den Blick auf die Zukunft richten mit allen Möglichkeiten, die vor uns liegen, und uns daran erinnern, dass wir als Gemeinschaft Großartiges erreichen können.“



Jutta Krufft-Lohrengel, Präsidentin



Auch Ralph Goldschmidt, Redner und Coach, sprach über die Kraft der positiven Veränderung. Sein Ziel ist es, Unternehmen, Führungskräfte und Mitarbeitende zu unterstützen, die Herausforderungen der sich veränderten Welt zu meistern und diese zu einer zukunftsfähigen Arbeitswelt aktiv mitzugestalten. Anschaulich erklärte er mit Unterstützung eines Pendels, den Wandel hin zur heutigen VUKA-Welt, die ein neues Mindset erfordert. ▶



Ralph Goldschmidt, Redner und Coach





Als Beispiel für Veränderungswillen und Transformation ging Jutta Kruft-Lohrengel explizit auf das Thema Innenstadtentwicklung ein, das eine der Schwerpunktthemen der IHK im nächsten Jahr sein wird: „Auch diese Veranstaltung setzt ein Zeichen für eine lebendige Innenstadt. Wir haben uns bewusst in diesem Jahr dafür entschieden, unsere drei Hauptveranstaltungen in der Essener City zu platzieren.“

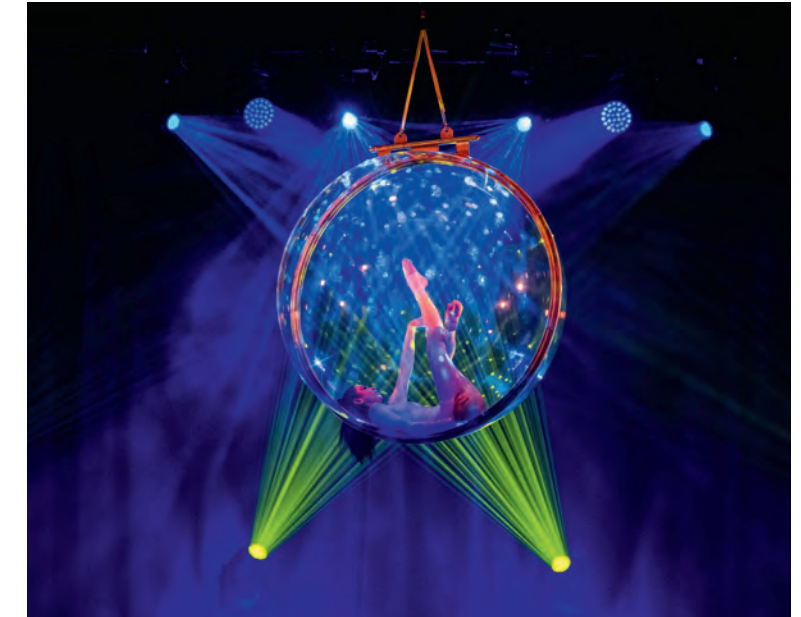


Corinna Guyenz, Dr. Thomas Franke und Miriam Sowa kurz vor Beginn des Programms.

Viele von Ihnen waren im Sommer am Burgplatz dabei, als wir in entspannter Atmosphäre im Rahmen des Sommerempfangs ins Gespräch kamen. Und auch die Bestenehrung wird im November in der wunderbaren Lichtburg einen angemessenen Rahmen erhalten. Die Infrastruktur in unseren Innenstädten ist vorhanden und muss nur mehr genutzt werden. Eine Belebung der Stadt funktioniert, wenn Handel, Kultur und Innovation zusammenkommen.“



Die Präsidentin richtete auch den Blick auf geplante Projekte für 2024, wie beispielsweise zur nachhaltigen Citylogistik, dem Entwicklungsprozess „Zukunft. Essen.Innenstadt“ oder den MEO-Handlungsstrategien zur Entwicklung von „Neuen Orten der Produktiven Stadt“. Sie versprach, die IHK als Know-how- und Kontaktgeberin einzubringen, um aktiv an Veränderungen mitzuwirken. Wie zuletzt beim „Dialogforum RÜ“, bei dem an der Rüttenscheider Straße ansässige Unternehmen mit der Politik in einen konstruktiven Austausch traten. Sie forderte ihre Gäste auf: „Lassen Sie sich heute inspirieren. Nutzen Sie die Chancen zum Austausch. Knüpfen Sie Kontakte, tauschen Sie Ideen aus und vielleicht stoßen Sie auch schon innovative Projekte an. Bringen wir uns alle ein, zum Wohle der Wirtschaft und damit auch der Menschen in der MEO-Region.“



Zum Ende zeigten die Künstlerinnen und Künstler des GOPs einen kleinen Ausschnitt ihrer Show.



UNSERE THEMEN

Herzlichen Glückwunsch zum Geburtstag!

Jutta Kruft-Lohrengel feiert ihren Geburtstag und die IHK gratuliert

Ein Grund zur Freude und Anerkennung für eine Frau, die sich beruflich und auch persönlich auf vielfältige Weise in der MEO-Region engagiert. Jutta Kruft-Lohrengel setzt sich zum einen für die Förderung von Unternehmen im IHK-Bezirk ein aber vor allem für die Menschen: Ihr Herzensthema ist und bleibt die duale Ausbildung.

Jutta Kruft-Lohrengel ist nicht nur eine bemerkenswerte Präsidentin, sondern auch eine inspirierende Persönlichkeit, die unsere Region bereichert. Ihr Geburtstag ist eine Gelegenheit, ihre beruflichen Erfolge und ihr wertvolles Engagement für das wirtschaftliche Ehrenamt zu würdigen. Alles Gute zum Geburtstag, liebe Jutta Kruft-Lohrengel!



UNSERE THEMEN

AIvolution: Die Zukunft der Kultur- und Kreativwirtschaft mit Künstlicher Intelligenz



*Ansprechpartnerin Kultur-
und Kreativwirtschaft:*
SIMONE STACHELHAUS

10. IHK-Branchentreff NRW am 22. November in Düsseldorf

Jetzt vormerken!

Die Jubiläumsveranstaltung der gemeinsamen Reihe der IHKs in NRW befasst sich mit dem Megathema Künstliche Intelligenz (KI). Auch wenn sie bereits fester Bestandteil unseres Alltags ist, oft unbemerkt, dringt sie unaufhaltsam ins Berufsleben vor. Gerade im Marketing ergeben sich durch spezielle Programmier-, Bild- und Textprogramme umwälzende Veränderungen in den Arbeitsprozessen. Die Erwartungen seitens der Kunden sind hoch. Sowohl auf der Kosten- als auch auf der Output-Seite. Aber wie können Wunsch und Wirklichkeit zusammengebracht werden? Und das Ganze auch noch rechtlich abgesichert?

Die rasante Entwicklung der KI verändert nicht nur unsere Gesellschaft, sondern hat auch revolutionäre Auswirkungen auf Wirtschaft und Berufsbilder in vielen Sektoren. Es gibt noch viel Klärungsbedarf. Daher wollen wir gemeinsam mit Unternehmerinnen und Unternehmern die Chancen und Herausforderungen erkunden, Impulse geben, aber auch kritische Seiten beleuchten und im praktischen Teil Anwendungsbeispiele besser kennenlernen..



Das Programm im Überblick

15:00 Begrüßung
15:15 Impuls
15:50 Paneldiskussion
17:00 Juristischer Input
17:20 Anwendungsbeispiele
18:00 Netzwerken

Die Veranstaltung ist kostenfrei und richtet sich in erster Linie an Unternehmen der Kreativwirtschaft in NRW. Eingeladen sind aber auch Personen, die sich für die Kreativwirtschaft interessieren und an einer Vernetzung interessiert sind.

Anmelden können Sie sich unter:
www.ihk.de/AIvolution2023
Dort finden Sie auch das detaillierte Programm.



UNSERE THEMEN 64


UNSERE THEMEN

Was bisher geschah... bei den Wirtschafts-junioren Essen

Im dritten Quartal des Jahres standen wieder viele Veranstaltungen bei den Wirtschafts-junioren Essen an: Von den monatlichen Stammtischen über überregionale Konferenzen bis hin zu kleinen Veranstaltungen zu verschiedenen Themen.

Monatlicher Stammtisch

An jedem ersten Mittwoch im Monat treffen sich die Mitglieder zum Stammtisch. Es waren die letzten drei Monate tolle Abende mit spannenden Gesprächen und Bekanntschaften. Nicht nur die WJler*innen lernen neue Menschen kennen, sondern unsere Gäste lernen die Mitglieder kennen.

Komm doch einfach mal vorbei 

Du hast Interesse und möchtest die Wirtschafts-junioren Essen kennenlernen? Dann komm doch einfach mal unverbindlich und kostenfrei zu einer Veranstaltung.

So gehts:

Fülle das Formular unter www.wje.de/mitgliedschaft/mitmachen aus und registriere dich kostenfrei als Gast bei den Wirtschafts-junioren Essen.



Per E-Mail erhältst du regelmäßig Einladungen und kannst an unseren Veranstaltungen unverbindlich teilnehmen.

Nach circa sechs Monaten endet dein Gaststatus. Wenn es dir gefällt und der Vorstand grünes Licht gibt, kannst du als Mitglied aufgenommen werden.

Know-how-Transfer im Landtag NRW

Ende August hatten die Wirtschafts-junioren aus Essen (Philipp Jakob und Miguel Espinar Colodrero) die wertvolle Gelegenheit, ihr Fachwissen im Landtag NRW zu teilen. Der Know-how-Transfer zwischen der Wirtschaft und der Politik ist von unschätzbarem Wert. Der Know-how-Transfer wurde durch einen parlamentarischen Abend in der Kanzlei Noerr zum Thema „Arbeits- und Fachkräftebindung“ abgerundet.



Autorin & Ansprechpartnerin
Wirtschaftsjunioren:
JOSEPHINE
STACHELHAUS



Sommerfest 2023

Sommerliche Vibes beim Sommerfest der Wirtschafts-junioren Essen im deinKult Café - auch bei grauem Wetter! Die Wirtschafts-junioren waren im deinKult Café Essen und haben die letzten Monate Revue passieren lassen. Aber nicht nur Essener WJler*innen waren zu Gast, sondern auch Hicham El Founti, Pate beim Landesverband und von den Wirtschafts-junioren Düsseldorf sowie Antje Boldt von den Wirtschafts-junioren Dortmund Kreis Unna Hamm, Patrick Weiß und Sandra Fuchs von den Wirtschafts-junioren Duisburg e. V. kamen noch zu späterer Stunde. Die entspannte Atmosphäre und die fröhlichen Gesichter haben diesen Nachmittag zu einem unvergesslichen Erlebnis gemacht.

Besichtigung des Westfield Centros Oberhausen

Anfang der zweiten Jahreshälfte hatten wir die Wirtschafts-junioren das Vergnügen, das Center Management im Westfield Centro Oberhausen zu besuchen und eine beeindruckende Führung durch die Mall zu erhalten! Center-Manager Andreas Ulmer hat die Gäste herzlich empfangen und ihnen einen exklusiven Einblick hinter die Kulissen gegeben. Die Gruppe hat erfahren, wie viel Herzblut und Engagement in die Gestaltung dieses einzigartigen Shopping-Erlebnisses geflossen sind.



Bundeskonzferenz 2023 in Heilbronn

Was für ein unvergessliches Wochenende auf der Bundeskonferenz der Wirtschafts-junioren Deutschland in Heilbronn! Von Kunstführung über Workshops bis hin zu Fechtkursen - es war für alle etwas dabei! Herzlichen Glückwunsch an den neuen Bundesvorstand! Im Rahmen der Delegiertenversammlung, wo Vorsitzender Miguel Espinar Colodrero und Geschäftsführerin Josephine Stachelhaus teilgenommen haben, wurde der Vorstand für 2024 gewählt und die Wirtschafts-junioren Essen freuen sich riesig! Deputy Daniel Contreras Schaffeld hat beim Debattier-Wettbewerb mitgemacht und den ersten Platz belegt. Networking: Das Networking war ein Highlight! Es war großartig, neue Leute zu treffen und bestehende Beziehungen zu vertiefen. Wer weiß, welche zukünftigen Projekte daraus entstehen werden?



UNSERE THEMEN 65

UNSERE THEMEN

IHK im Podcast „Zuhause in Essen“

Auf Einladung der Sparkasse Essen war Kerstin Groß im August zu Gast im Podcast „Zuhause in Essen“ mit WDR-Moderator Tobias Häusler.

„Ich habe den schönsten Job der Welt“

Mitten in der Essener Innenstadt wurde am Aufnahmetag im August 2023 Industrie und Handel der Region gefeiert. In der aktuellen Folge zur IHK lässt Hauptgeschäftsführerin Kerstin Groß die Zuhörer nicht nur an vielen persönlichen Einblicken teilhaben. Auf Fragen wie:

Was ist eine IHK und welche gesetzlichen Aufgaben hat sie?

Mit welcher Vielfalt an bunten Themen beschäftigt sich die IHK?

Wo drückt es der regionalen Wirtschaft zurzeit?

Wie sieht der aktuelle Veränderungsprozess in der IHK zu Essen aus?

Was macht die MEO-Region insgesamt so lebens- und liebenswert?



und vieles mehr, erhalten die Zuhörer in der Folge spannende Antworten. Auch die Besonderheit der IHK zu Essen – die weibliche Doppelspitze zusammen mit Präsidentin Jutta Krufft-Lohregel, ist ein Thema des Podcast. Hören Sie gerne unter oben stehenden QR-Code in Folge 36 mit der IHK zu Essen herein.



Über den Podcast:

Zuhause in Essen ist ein Podcast der Sparkasse Essen, in dem darüber gesprochen wird, wie wir in unserer Stadt leben, wie wir wohnen und wie wir arbeiten. In jeder Folge werden Experten zum Talk mit WDR-Moderator Tobias Häusler eingeladen. Hier wird nachgehakt, was die Ruhrmetropole schon heute attraktiv macht, und welche neuen Projekte entstehen.

Hören Sie auch gerne in die anderen Podcast-Folgen herein. Es gibt viel zu lernen über die Stadt Essen und die Menschen, die in der Stadt wirken. Freuen Sie sich auf viele spannende Gespräche und interessante Hintergrundinfos von Verantwortlichen aus Forschung, Politik, Stadtentwicklung, Wirtschaft, Kultur und vieles mehr.

Kerstin Groß mit Moderator Tobias Häusler.



Angebote für Gründende und Jungunternehmende

1. in Essen

Das STARTERCENTER NRW in der Industrie- und Handelskammer für Essen, Mülheim an der Ruhr und Oberhausen ist eine zentrale Anlaufstelle für Gründer. Gründungswillige erhalten dort Informationen, Schulung und Beratung aus einer Hand. Die Angebote sollen helfen, das notwendige Basis-Know-how für den Unternehmensaufbau zu erwerben. Die Beratung der angehenden Nachwuchsunternehmer im STARTERCENTER NRW in Essen erfolgt dabei nach bestimmten Qualitätsstandards, deren Einhaltung durch externe Zertifizierung gewährleistet wird.

Info-Nachmittag „Unternehmensgründung“

Einstiegs- und Erstberatung, Gruppenveranstaltung mit Vorträgen zu den Themen: Unternehmenskonzept, persönl. Qualifikationen, Rechtsform, Steuern etc.

- nächste Termine:
07.12.2023,
14.00 bis ca. 16:30 Uhr
Die Teilnahme ist kostenfrei.

Die Gründer-Workshops (Zusatzmodule)

Finanzamt im Dialog
Mitarbeiter des Finanzamts erläutern steuerliche Pflichten für Unternehmer
► 08.11.2023, 16.15 bis 18.15 Uhr

Rentenversicherung: Tipps für Selbständige
► 08.11.2023, 15.00 bis 16.00 Uhr

Kranken-/Sozialversicherung, Altersvorsorge
► 07.11.2023, 16.15 bis 17.45 Uhr – digital -

Betriebliche Versicherungen
► 14.11.2023 14.30 bis 16.00 Uhr

Gründungs- und Festigungsfinanzierung
► 16.11.2023, 16.00 bis 18.00

Businessplan und Buchführung:
Fragen, Fehler und Finanzamt
► 15.11.2023, 15.00 bis 18.00 Uhr

Rechtliche Tipps für Unternehmer/-innen
► 28.11.2023, 16.00 bis 18.00 Uhr

Auftreten im Rechtsverkehr – Rechtsformen und der Schutz des Unternehmens als Marke
► 28.11.2023, 14.00 bis 15.30 Uhr

Marketing: Erfolgreich werben oder wie die Kunden ganz automatisch zu Ihnen finden
► 29.11.2023, 15.00-17.00 Uhr

2. Industrie- und Handelskammer für Essen, Mülheim an der Ruhr, Oberhausen zu Essen

PATENT- UND MARKENBERATUNG
Jeden 2. Donnerstag im Monat,
nächste Termine:

- 09.11., 14.12.2023,
16.30 bis 18.30 Uhr
IHK, Anmeldung erbeten!

FRANCHISE-GRÜNDERBERATUNG
Die IHK bietet eine kostenfreie Eingangsberatung für Personen an, die sich im Wege mit Franchising selbständig machen möchten. Die Beratung durch einen Experten findet an folgendem Termin statt:

- 07.12.2023,
Anmeldung erbeten!

3. STARTERCENTER NRW in Oberhausen und Mülheim an der Ruhr

INFO-NACHMITTAG „UNTERNEHMENSGRÜNDUNG“ IN OBERHAUSEN
Nächste Termine:

- 21.11., 21.12.2023,
14.00 bis 16.00 Uhr

Anmeldung:
STARTERCENTER NRW in Oberhausen
0208 / 82 055 - 15
Weiter Gründerworkshops in Oberhausen auf Anfrage im STARTERCENTER NRW in Oberhausen.

FINANZIERUNGSSPRECHTAGE

In Zusammenarbeit mit der NRW.Bank und Bürgerschaftsbank NRW bietet das STARTERCENTER Finanzierungsprechstage an, um wichtige Ratschläge für eine optimale Finanzierung zu geben und die Möglichkeiten einer öffentlichen Förderung zu erörtern. Voraussetzung für die Teilnahme ist ein ausgearbeitetes Unternehmenskonzept. Die nächste Beratung mit dem Experten der NRW. Bank findet statt am:

- 16.11.2023
Anmeldung erbeten!

GRÜNDERBETREUUNG UND COACHING

SENIOR Consult Ruhr e. V. unterstützt durch berufserfahrene, ehrenamtlich tätige Senior-Experten Existenzgründer und Jungunternehmen bei der Bewältigung betrieblicher Fragen und Entwicklungsproblemen.

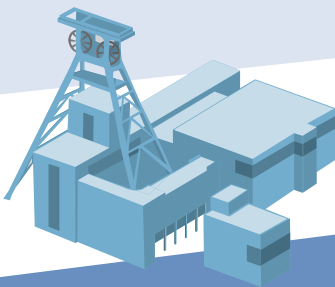
GRÜNDUNGS- UND NACHFOLGEBÖRSE

Gründer suchen Unternehmen, Unternehmer suchen Gründer über www.nexxt-change.org

WEBINAR: „NEBENBERUFLICHE EXISTENZGRÜNDUNG“ IN MÜLHEIM AN DER RUHR
Nächster Termin:

- 08.11.2023,
14.00 bis 15.30 Uhr

Anmeldung:
STARTERCENTER NRW in Mülheim an der Ruhr
0208 / 45 56 127



Alle Veranstaltungen finden voraussichtlich in der **IHK zu Essen, Am Waldthausenpark 2, 45127 Essen (Stadtmitte)**, statt. Die Teilnahme ist kostenfrei.

Ansprechpartner im STARTERCENTER NRW in Essen:

Daniel Mund
0201 / 18 92 - 288

Jutta Schmidt
0201 / 18 92 - 121

Meike Sommer
0201 / 18 92 - 279

Eugenia Singer
0201 / 18 92 - 238

- Anmeldung:
STARTERCENTER NRW in Essen
0201 / 18 92 - 143
Mail: startercenter@essen.ihk.de

Gründungs- / Nachfolgebörse



Ansprechpartner
Existenzgründung:
DANIEL MUND

Die „nexxt-change“ Unternehmensnachfolgebörse ist eine bundesweite kostenfreie Plattform zur Vermittlung von Unternehmensnachfolgern. Ziel ist es, nachfolgeinteressierte Unternehmer/Gründer und übergabebereite Unternehmen zusammenzubringen. Die IHK zu Essen koordiniert als zentrale Anlaufstelle die Unternehmensangebote und -nachfragen in der MEO Region.

Der erste Kontakt erfolgt direkt zwischen den relevanten Personen in der Börse unter www.nexxt-change.org. Jeder Nutzer hat die Möglichkeit im vorhandenen Datenbestand (bspw. unter Angabe der Chiffre-Nummer) zu recherchieren und auf eines der anonymisierten Inserate zu antworten. Die Inseratsangaben beruhen auf Eigenauskünften der Unternehmer/Gründer.

A - Angebote (Auszug)

E 798 A
MARKISEN-ENGEL, SICHT- UND SONNENSCHUTZANLAGEN, BESTE QUALITÄT UND KUNDENDIENST.
Markisen, Innenjalousien, Balkonbehänge, Reparaturen, Beratung, Verkauf, Montage u. Service. Wir bieten unser über 30 Jahren bestehendes Unternehmen zum Verkauf an.
...

E 799 A
EIN MODERN AUFGESTELLTER AMBULANTER PFLEGEDIENST, VOLL DIGITALISIERT PLUS MOBILER DIGITALER LEISTUNGSERFASSUNG UND BESTENS AUSGESTATTETEN BÜORÄUMEN MIT ALLEN TECHNISCHEN VORAUSSETZUNGEN INKL. 11 PC ARBEITSPLÄTZEN IM WESTLICHEN RUHRGEBIET ZU VERKAUFEN.
...

E 802 A
NACHFOLGER FÜR ETABLIERTE MÖBELSPEDITION IM MITTLEREN RUHRGEBIET GESUCHT.
Möbelspedition mit gesunden B2B und B2C Strukturen seit über 50 Jahren am Platz mit festem, breit gestreutem Kundenstamm zu verkaufen.
...

E 803 A
SEIT 12 JAHREN ETABLIERTES FRAUENFITNESSSTUDIO MIT LANGJÄHRIGEM KUNDENSTAMM IN LIEBEVOLLE HÄNDE AUS PERSÖNLICHEN GRÜNDEN ABZUGEBEN.
...

E 804 A
INGENIEURBÜRO FÜR ELEKTRONIK ENTWICKLUNG (GMBH) AUS ALTERSGRÜNDEN ABZUGEBEN.
Der Schwerpunkt der Tätigkeit liegt im Bereich Entwicklung und Vertrieb elektronischer Schaltungen. Eigene Produkte im Bereich RFID sind vorhanden.
...

E 805 A
INNOVATIVES ONLINE-REISEPORTAL ZUR VERMITTLUNG VON KURZURLAUBEN ZU VERKAUFEN.
Über das Onlineportal können Kurzurlaube in Gutscheinform erworben werden.
...

E 807 A
TECHNISCH ORIENTIERTES WEITERBILDUNGSUNTERNEHMEN DER METALLBRANCHE IN ESSEN MIT DEN AUSBILDUNGSSCHWERPUNKTEN – FLANSCHENMONTEUR NACH 1591-4, ROHRVORRICHTER NACH ISOMETRIE, - SCHWEISSERAUSBILDUNG, - SCC SCHULUNGEN, - METALLGRUNDLEHRGANG, ZU VERKAUFEN.
...

E 808 A
AUTHENTISCHES AUTOHAUS SUCHT STRATEGISCHEN PARTNER.
Das Autohaus ist erfolgreicher Partner von diversen bekannten Import-Premium-Marken. Es verfügt über eine moderne Werkstatt und ist bekannt für individuelle, flexible, kundenorientierte Lösungen.
...

E 809 A
MAKLERINSERAT: TOP-FACHGESCHÄFT FÜR PROFESSIONELLE LICHTPLANUNG ZU VERKAUFEN.
Das Unternehmen beschäftigt sich mit der Planung, Beratung und Installation von individuellen Lichtlösungen.
...

E 814 A
MAKLERINSERAT: PFLEGEDIENST IN ESSEN ZU VERKAUFEN
Der Pflegedienst liegt an einem sehr guten demografischen Standort und ist mehr als 25 Jahre erfolgreich im Regionalmarkt tätig und bekannt.
...

E 815 A
AKTIVE UNTERNEHMENS BETEILIGUNG / NACHFOLGE FÜR UNTERNEHMEN AUS DEM BEREICH LICHTPLANUNG, BELEUCHTUNGSKONZEPTE UND HERSTELLUNG VON SONDERLEUCHTEN GESUCHT

Wir sind ein inhabergeführtes Unternehmen in den Bereichen architektonischer Lichtplanung im Innen- und Außenbereich und der Entwicklung innovativer Beleuchtungskonzepte.
...

E 816 A
ALTEINGESESSENER WERBETECHNIKBETRIEB AB 2026 ZU VERKAUFEN

Wir sind ein kleiner, aber sehr bekannter Werbetechnikbetrieb im Ruhrgebiet und seit 35 Jahren am Markt. Wir decken das gesamte Spektrum des Bedarfs für kleine bis mittlere Betriebe ab.
...

E 812 A
ETABLIERTE MARKE IM BEREICH SÜSSUNGSMITTEL SEIT 2003 IM EUROPÄISCHEN RAUM MIT TREUEM KUNDENSTAMM SUCHT AKTIVEN TEILHABER ODER KÄUFER.
...

E 813 A
FACHBETRIEB FÜR GEOINJEKTION (BODENBELÜFTUNG) SUCHT ENGAGIERTEN NACHFOLGER.
Sie sind im Garten- und Landschaftsbau aktiv? Sie sind Gründer oder möchten als bestehendes Unternehmen Ihr Portfolio erweitern und in einen aufstrebenden Wachstumsmarkt einsteigen?
...

N - Nachfolge (Auszug)

E 338 N
UNTERNEHMENSGRUPPE SUCHT STÄNDIG BUNDESWEIT BÜROMÖBELFACHHÄNDLER ZUM KAUF.

Wir werden mit der Alegria Raumkonzepte AG in den nächsten Jahren eine deutschlandweit tätige Unternehmensgruppe im Bereich Büroplanung/Objekteinrichtung aufbauen. Wir werden das unter anderem tun, in dem wir schwerpunktmäßig Betriebe (Objekteinrichter / Büromöbelhändler; Umsatzgröße zwischen 2 und 10 Millionen Euro, profitabel (>7% EBITDA-Marge) – keine Restrukturierungsfälle) der Branche übernehmen.
...

E 340 N
NATURWISSENSCHAFTLER SUCHT EIN UNTERNEHMEN AUS EINER UMWELTECHNISCHEN FACHRICHTUNG (GERNE AUCH LABORBETRIEB) FÜR DIE ZUKÜNFTIGE ÜBERNAHME UND WEITERENTWICKLUNG.
...

E 341 N
GRÜNDER SUCHT UNTERNEHMEN ZUR ÜBERNAHME UND WEITERFÜHRUNG.
Engagierter junger Gründer und qualifizierter Werkstoff- sowie Schweißfachingenieur sucht etabliertes Service- und / oder Fertigungsunternehmen zur Übernahme.
...

E 342 N
ENGAGIERTER UNTERNEHMER SUCHT ETABLIERTE INDUSTRIE-/DIENSTLEISTUNGS- ODER GARTEN-/LANDSCHAFTSBAUFIRMA ZUR ÜBERNAHME.
Fachkompetenz, Netzwerk und Engagement für reibungslose Übergabe.
...

E 343 N
KURIERUNTERNEHMEN ZUR ÜBERNAHME GESUCHT.
Gesucht wird ein Kurier-Unternehmen, welches aus z. B. Altersgründen abzugeben ist und gern im Markt etabliert ist.
...

UNSERE THEMEN

Personalien

Personalien
im August**65**
Jahre**Ralf Hörstgen,**

Vorsitzender der Prüfungsausschüsse „Kaufmann/-frau im Groß- und Außenhandel, Kaufmann/-frau im Einzelhandel und Verkäufer/-in Fachrichtung: KFZ“, Duisburg

60
Jahre**Ralph Szepanek,**

Vorsitzender des Prüfungsausschusses „Hochbaufacharbeiter/-in, Maurer/-in“, Essen

50
Jahre**Marcus Ozdoba,**

Mitglied des Prüfungsausschusses „Ausbildereignungsprüfung“, Essen

Bekanntmachungen

Sachverständigenwesen

Aufgrund erfolgter Sitzverlegung nach Essen hat die IHK zu Essen die Zuständigkeit für den Sachverständigen Dipl.-Ing. Dirk Herkelmann, Sachgebiet: „Verdunstungskühlanlagen, Kühltürme und Nassabscheider“, öffentlich bestellt und vereidigt von der IHK Nord Westfalen in Münster, gemäß § 5 Nr. 1 SVO übernommen.

Personalien
im September**70**
Jahre**Gerd Biencyk,**

Mitglied der Prüfungsausschüsse „Zerspanungsmechaniker/-in, Fachpraktiker/-in für Zerspanungsmechanik, Fachpraktiker/-in für Metallbau und Fachkraft für Metalltechnik“, Essen

Hans-Jürgen Bimberg,

Vorsitzender des Prüfungsausschusses „Medienkauffmann/-kauffrau Digital und Print“, Wuppertal

60
Jahre**Martina Kötter,**

Mitglied der Vollversammlung, Essen

Uwe Schaate,

Mitglied des Prüfungsausschusses „Technische/-r Systemplaner/-in Versorgungs- und Ausrüstungstechnik“, Dinslaken

Andreas Stiffel,

Mitglied des Prüfungsausschusses „IT-Syst.-Elektroniker/-in“, Bottrop

55
Jahre**Patrick Muhlack,**

Mitglied des Industrieausschusses, Essen

45
Jahre**Volker Nieß,**

Mitglied des Berufsbildungsausschusses, Mülheim an der Ruhr

Personalien
im Oktober**70**
Jahre**Reiner Schmitz,**

Mitglied des Prüfungsausschusses „Gestalter/-in für visuelles Marketing“, Recklinghausen

65
Jahre**Andreas Schröder,**

Mitglied des Industrieausschusses, Essen

60
Jahre**Dr. Ralf Lange,**

Stv. Vorsitzender des Prüfungsausschusses „Physiklaborant/-in“, Oberhausen

Guido Laugs,

Stv. Vorsitzender des Prüfungsausschusses „Netzmeister/-in“ und Mitglied des Prüfungsausschusses „Wassermeister/-in“, Kerpen

50
Jahre**Lars Schneider,**

Mitglied des Prüfungsausschusses „Baugeräteführer/-in“, Dinslaken



Ansprechpartnerin
Koordination Personalien:
BIRGIT AMMACHER

*Gibt das Energieeffizienzgesetz dem
Wirtschaftsstandort Deutschland
einen Impuls in die richtige Richtung?*

*Von: Dr. Sebastian Bolay,
Bereichsleiter Energie, Umwelt,
Industrie bei der DIHK*

UNSERE THEMEN

Gastbeitrag von Dr. Sebastian Bolay

Verbindliches Energieeinsparpotenzial

Die Steigerung der Energieeffizienz ist eine viel zu wenig erzählte Erfolgsgeschichte der deutschen Wirtschaft: Während die Wirtschaftsleistung seit 1990 um mehr als 50 Prozent zugenommen hat, ging der Endenergieverbrauch um neun Prozent zurück. Die vielfach geforderte Entkoppelung zwischen Energieeinsatz und Wachstum hat durch die Steigerung der Energieeffizienz im Unternehmensalltag schon lange stattgefunden.

Nun legt das gerade verabschiedete Energieeffizienzgesetz (EnEfG) erstmals ein verbindliches Energieeinsparziel fest. Deutschland soll seinen Energieverbrauch bis 2030 gegenüber 2008 um 26,5 Prozent senken. Bis Ende 2021 wurden aber erst vier Prozentpunkte eingespart. Aus heutiger Sicht ist es nur möglich, dieses Ziel zu erreichen, wenn es gesetzliche Vorgaben gibt, wann beispielsweise kein Auto mehr fahren darf oder wann Industrieproduktion stillzulegen ist. Für den Wirtschaftsstandort Deutschland sind das düstere Aussichten.

Für die Unternehmen bringt das Effizienzgesetz vor allem neue Pflichten und Auf-

lagen. Die umfangreichen Nachweis- und Offenlegungspflichten für betriebliche Maßnahmenpläne und Abwärmepotenziale sowie Informationspflichten über Energieverbrauchsdaten von Rechenzentren bedeuten unnötige Bürokratie. Statt die Kapazitäten bei Auditoren, Zertifizieren und betrieblichen Energiemanagern prioritär für die Erschließung relevanter Einsparpotenziale einzusetzen, produziert das Gesetz Datenstapel. Es ist daher nicht auszuschließen, dass die Umsetzung von Effizienzmaßnahmen auf der Strecke bleibt. Wer dagegen Leidenschaft für den betrieblichen Klimaschutz weckt und Freiräume für kreative Effizienzlösungen schafft, der bekommt Energieeinsparung quasi umsonst.

Die EnEfG-Vorgaben zur Nutzung von Abwärme, für Rechenzentren ab 300 kW oder die Umsetzungspläne für nach dem Gesetz als wirtschaftlich deklarierte Einsparmaßnahmen werden dagegen kaum zusätzliche Wirkung entfalten. Schließlich sorgen hohe Energiepreise gepaart mit steigenden CO₂-Kosten und den in vielen Betrieben vorhandenen Energiemanagementsystemen automatisch dafür, dass sich Unternehmen um ihre Energiebilanzen kümmern. Ein hohes ökologisches Verantwortungsbewusstsein und die Erwartungen der Kunden tun ihr Übriges. Es verwundert, dass ein Gesetz, das das Wort Energieeffizienz trägt, keine Maßnahmen zur Stärkung des Energiedienstleistungsmarkts vorsieht. Eine massive Steigerung der Energieproduktivität lässt sich nur erreichen, wenn Unternehmen entsprechende Hilfe von professionellen Dienstleistern erhalten können. Wir denken zum Beispiel an Verbesserungen für Contracting-

Maßnahmen. Diese sollten direkten Unternehmenstätigkeiten überall gleichgestellt werden. Des Weiteren empfehlen wir, die Förderprogramme für Energieeffizienz deutlich zu entschlacken, indem etwa auf eine steuerliche Förderung über Sonderabschreibungen oder direkte Investitionszuschüsse umgestellt wird. Ein zweiter Aspekt bei der Förderung ist das „Was“. In vielen Fällen sind die Quick-wins geerntet, Querschnittstechnologien optimiert. Darum rücken vermehrt Kernprozesse in den Fokus, die mit erheblichen unternehmerischen Risiken und Investitionssummen weit über das normale Maß hinaus verbunden sind. Hier könnte die Bundesregierung beispielsweise mit gekoppelter zusätzlicher Forschungsförderung unterstützen. Auch das Erfolgsmodell der Effizienznetzwerke mit ihrem partnerschaftlichen Ansatz zeigt, wie es ohne staatliche Vorgaben funktionieren kann.





UNSERE THEMEN

Außenwirtschaftstag NRW 2023 erzielt positive Resonanz

Unternehmen nutzten den Austausch mit Außenhandelsexperten und informierten sich über die geopolitische Lage.

Autor:
JÜRGEN GROSCHE

Orientierung gesucht

Auch in diesem Jahr war das Interesse am Außenwirtschaftstag ungebrochen: Mehr als 850 Vertreterinnen und Vertreter von Unternehmen sowie Gäste aus Politik und Verwaltung besuchten am 21. September den 12. Außenwirtschaftstag NRW, zu dem die IHK NRW und die IHK Düsseldorf eingeladen hatten. Das Interesse am Außenwirtschaftstag verdeutlicht das starke Bedürfnis der Wirtschaft nach Information in Zeiten großer Herausforderungen und Umbrüche.

Die Unternehmen suchen Orientierung für ihr internationales Geschäft, das sie unter veränderten Vorzeichen häufig neugestalten müssen. Der Außenwirtschaftstag ist dafür die optimale Plattform.

„Die Rahmenbedingungen im internationalen Wettbewerb stimmen nicht mehr“, so IHK NRW-Präsident Ralf Stoffels im Eröffnungstalk des Außenwirtschaftstages. Gerade der deutsche Mittelstand leide unter den hierzulande besonders hohen Energiepreisen und unter Lieferkettenschwierigkeiten. Der Staat

*Andreas Schmitz,
Präsident der IHK Düsseldorf,
NRW-Wirtschaftsministerin
Mona Neubaur und
Ralf Stoffels, Präsident der IHK
NRW beim Außenwirtschaftstag
2023 in Düsseldorf.*

»Die Rahmenbedingungen im internationalen Wettbewerb stimmen nicht mehr.«

RALF STOFFELS,
Präsident der IHK NRW

müsse die Unternehmen bei der Anpassung an die neuen Bedingungen unterstützen. Die NRW-Wirtschaftsministerin Mona Neubaur empfahl in dem Gespräch, dass Unternehmen mehr auf Diversifizierung achten – und zum Beispiel in Asien neben China auch andere Länder ins Auge fassen – müssten. Zu einer kompletten Entkopplung von Räumen mit anderen Wertvorstellungen riet sie aber nicht. Pflege man Handelsbeziehungen nur mit wertekonformen Ländern, „dann hätten wir keine Hebel, um an Veränderungen mitzuwirken“.

Der Abschluss weiterer Handelsabkommen sei nötig, ergänzte Stoffels. Das sei der „notwendige erste Schritt für einen Wandel durch Handel“. Stoffels wies darauf hin, dass gerade Mittelständler die Werte westlicher Wirtschaft exportieren, weil sie auf der Ebene von Menschen mit den Partnern direkt zusammenarbeiten.

Außenwirtschaftstag bietet viel Unterstützung fürs internationale Geschäft. Neben einordnenden Diskussionen fanden die Besucher und Besucherinnen des Außenwirtschaftstages zahlreiche Gelegenheiten, ihre internationalen Projekte ganz konkret und individuell mit Expertinnen und Experten zu durchleuchten und zu fördern.

„Vertreterinnen und Vertreter von 55 AHKs standen für persönliche Gespräche in der AHK-Lounge zur Verfügung. Zusammen mit uns als IHK unterstützen die deutschen Außenhandelskammern Unternehmen vielfältig, zum Beispiel mit Marktanalysen oder bei der Suche von Geschäftspartnern. Bei vielen AHKs waren die Gesprächstermine schnell ausgebucht“, berichtet Ralf Schlindwein, Geschäftsführer International der IHK Düsseldorf und Projektleiter des diesjährigen Außenwirtschaftstages, der sich zufrieden mit der Resonanz der Teilnehmerinnen und Teilnehmer zeigt.

Außerdem informierten rund 60 Aussteller an ihren Ständen über ihre Angebote für Unternehmen. Logistiker, Banken, Versicherer, Rechtsanwälte oder auch Dienstleister, die zum Beispiel beim Management und der Dokumentation der Lieferkettentransparenz unterstützen, boten viele Möglichkeiten zur umfassenden Information über internationale Geschäfte und waren ebenfalls sehr gefragt.

UNSERE THEMEN

Zukunftsthemen: IHK arbeitet mit inter- disziplinären Teams

Viele Aufgaben, die in der Zukunft bewältigt werden müssen, sind komplex. Was liegt da näher, als große Themen gemeinsam zu bearbeiten und viele unterschiedliche Gesichtspunkte einfließen zu lassen?



**Ansprechpartner
Zukunftsthema Fachkräfte:
ROBERT SCHWEIZOG**



**Ansprechpartnerin Zu-
kunftsthema Nachhaltigkeit:
SIMONE STACHELHAUS**

Um die Ecke denken erwünscht

Das hat sich auch die IHK gedacht und intern die großen Aufgaben Nachhaltigkeit und Fachkräfte auf breitere Schultern gelegt. Für beide Zukunftsthemen haben sich Projektteams gebildet. Unterstützt durch Mentoren aus der Geschäftsführung sollen sie Ideen entwickeln, die die IHK und die MEO-Wirtschaft bei der Bewältigung der großen Herausforderungen der Zukunft (und Gegenwart) unterstützen.

Robert Schweizog, sonst für den Bereich Wirtschaft & Politik in der IHK zuständig, leitet als Projektmanager das Team rund um den Bereich Fachkräfte: „Unsere Mitglieder bestätigen es uns immer wieder: Der Fachkräftemangel ist eine ihrer größten Herausforderungen. Wir wollen einen kleinen Beitrag leisten, diesen zu lindern. Wir schauen dabei sowohl auf Potenziale in der Region als auch auf das Thema Fachkräfteeinwanderung.“ Simone Stachelhaus, aus dem Team PR & Marketing, leitet das zweite Projektteam, das sich auf Nachhaltigkeit und Klimaziele konzentriert. „Wir schauen gerade, mit welchen Partnern wir uns wie noch besser vernetzen können. Zusammenarbeit wird

ein Schlüssel zum Erfolg sein, wenn wir die MEO-Region auf ihrem Weg begleiten wollen. Nachhaltigkeit muss aber auch in unsere IHK-DNA besser integriert werden und die Kommunikation darüber kann auch ein Teil der Unterstützung für unsere Unternehmen werden“.

Beide Teams sind in der Ideenfindungsphase. Erste Ergebnisse stellen wir in einer der nächsten Ausgaben vor. Wenn Unternehmen aber jetzt schon Ideen oder Wünsche haben, stehen beide Projektmanager für Rückfragen oder Anregungen gerne zur Verfügung. Unter <https://forms.office.com/e/eBtLeb4bHe> gibt es auch eine aktuelle Abfrage.



*Das (Zukunfts-)
Team Nachhaltigkeit*



*Das (Zukunfts-)
Team Fachkräfte*



Wunschzettel:
Zukunftsthemen



<https://forms.office.com/e/eBtLeb4bHe?origin=QRCode>



UNSERE THEMEN

Praktikum – Gewinn für Betriebe

„Wer heute keine Praktika anbietet, darf sich nicht beschweren, wenn er morgen keine Auszubildenden findet“ so oder so ähnlich könnte man die Situation zusammenfassen.

Jedes Praktikum als Chance sehen.

Es ist schon lange kein Geheimnis mehr, dass der Ausbildungsmarkt sich gedreht hat. Betriebe müssen sich bei jungen Menschen bewerben – nicht mehr anders herum!

Gezielt eingesetzt und strategisch vorbereitet hat man gute Chancen, junge Menschen vom eigenen Unternehmen durch ein Praktikum zu überzeugen und für eine Ausbildung zu begeistern. Wichtig ist, dass man Praktika strukturiert vorbereitet, die jungen Menschen gut einbindet, ihnen konkrete, in-

teressante Aufgaben übergibt und Werbung für sich als Arbeitgeber bzw. Ausbildungsbetrieb macht. Wer Praktikanten nur „mitlaufen“ und „kopieren“ lässt, muss sich nicht wundern, wenn Erfolg ausbleiben. Die IHK hat mit der ersten Praktikumsbörse einen Versuch gestartet, Schülerinnen und Schüler besser mit Unternehmen zu vernetzen.



Weitere Informationen erhalten Sie hier:

www.ihk.de/meo
Dok.-Nr.: 5562384



Erste Praktikumsbörse in Essen war ein voller Erfolg

Am 19. September traten rund 100 Junge Menschen an und 15 Betriebe hofften darauf den oder die Eine im Plenarsaal der IHK zu treffen. Bei der ersten Praktikumsbörse, einem Gemeinschaftsprojekt von Industrie- und Handelskammer Essen (IHK) und der Arbeitsagentur Essen, sollten Betrieb und Schülerinnen und Schüler zusammengebracht werden. Berker Yilmaz, Geschäftsführender Gesellschafter der CAD-Agentur Essen Lehmann & Yilmaz GmbH: „Unter Berufen wie den Technischen Systemplaner Fachrichtung VAT können sich junge Menschen erst einmal wenig vorstellen. Daher ist ein strukturiertes Betriebspraktikum seit fünf Jahren ein fester Bestandteil in unserem Unternehmen. Das gibt beiden Seiten ein gutes Gefühl bei der Entscheidungsfindung und macht den zukünftigen Beruf greifbarer.“ Die IHK wird die Ergebnisse der Veranstaltung auswerten. Eine Wiederholung der Veranstaltung – z.B. auch in Mülheim oder Oberhausen – ist denkbar. Wer auf eigene Faust aktiv werden möchte, hat hier gute Chancen:

Praktikumspflichten für Vollzeitschüler von Berufskollegs

Sie möchten Praktika anbieten und wissen nicht, wie sie an junge Menschen rankommen? Ein Weg, junge Menschen zu erreichen, ist die Kontaktaufnahme mit dem Berufskolleg, denn dort gibt es viele Schülerinnen und Schüler in vollzeitschulischen Bildungsgängen müssen Pflichtpraktika absolvieren. In der Ausbildungsvorbereitung absolvieren junge Menschen, die bislang keinen Schulabschluss erreicht haben, Pflichtpraktik. Beginnend ca. nach den Herbstferien – ein späterer Einstieg für Betriebe ist möglich – sollen diese Schüler drei Tage pro Woche im betrieblichen Praktikum verbringen. Die einjährige Berufsfachschule richtet sich an junge Menschen mit dem (erweiterten) Hauptschulabschluss. Einen Tag in der Woche – beginnend nach den Herbstferien – sollen die Schüler ein betriebliches Praktikum absolvieren. Je nach Berufskolleg findet das Praktikum für diese Schüler auch gebündelt in zwei 3-wöchigen Blockpraktika statt. Die Vorteile liegen auf der Hand: Die Praktikanten bleiben Schüler des Berufskollegs, bei Problemen stehen Ansprechpartner der Schule zur Verfügung und ein solches Praktikum ist eine gute Gelegenheit, junge Menschen über einen längeren Zeitraum kennenzulernen und für eine Ausbildung im eigenen Betrieb zu gewinnen.



Sie haben Fragen?

Gerne helfen die IHK-Ausbildungsberater.

Mehr Infos dazu unter <https://www.ihk.de/meo/aus-und-weiterbildung/infos-fuer-azubis/ausbildungsberater-2105284>



UNSERE THEMEN

Azubimarketing auf allen Ebenen

#könnenlernen



Ansprechpartnerin
Ausbildungsmarketing:
JESSICA HALLMANN



Info

Weitere Informationen zur Kampagne und zu den Mitmachmöglichkeiten erfahren Sie unter

www.ihk.de/meo/aus-und-weiterbildung/ausbildung-macht-mehr-aus-uns-marketingkampagne-koennenlernen-5736956



Ausbildung macht mehr aus uns

Die bundesweite Azubi-Kampagne der IHKs ist in vollem Gange: Mit großen Werbeplakaten, in den sozialen Medien oder auf Messen und Veranstaltungen machen wir neugierig auf das „Lebensgefühl Ausbildung“. Und das Ziel, junge Menschen für die duale Ausbildung zu begeistern, scheint zu gelingen. Der TikTok-Kanal verzeichnet mehr als 60 Mio. Klicks und hat aktuell über 26.000 Follower. Auch die Mitmachmöglichkeiten der Betriebe wachsen nach und nach. So gibt es z.B. mittlerweile zusätzlich zu den vorgefertigten Social-Media-Posts individualisierbare Frames zum Download, die die Betriebe für individualisierbare Postings und andere Kommunikationswege nutzen können. Um das Ziel, die gesamtgesellschaftliche Sicht auf die betriebliche Ausbildung nachhaltig zu verbessern, zu erreichen, ist eine hohe Reichweite erforderlich. Durch die Teilnahme an unkonventionellen Formaten wie dem Projekt-Rüttenscheid konnte die IHK zu Essen die Jugendlichen auf direktem Weg und unkompliziert ansprechen. Die Neuauflage des ehemaligen Rü-Festes bot eine perfekte Gelegenheit, um die bundesweite Marketingkampagne einem breiten Publikum zu präsentieren. Vom Senior über jun-

ge Familien oder Junggesellinnenabschiede, viele Besucher nutzen die Fotobox für ein Erinnerungsfoto - natürlich gebrandet mit dem #könnenlernen.

Mit der ersten „Langen Nacht der Ausbildung“ konnten 100 interessierten Teilnehmer*innen Einblicke in unterschiedliche Unternehmen und deren spannende Ausbildungsberufe gewinnen. Unter dem Motto „Road to Future – Next Stop Ausbildung“ führen Busse auf drei verschiedenen Routen zu den Ausbildungsbetrieben, wo die Jugendlichen Spannendes aus dem Ausbildungsalltag kennenlernen konnten aber auch selbst ausprobieren und entdecken durften. Nach der Tour trafen sich die Gruppen sich mit anderen Teilnehmer*innen zum Abschluss-Event im Rathaus, um sich bei Snacks und Getränken auszutauschen und Fragen zum Thema Ausbildung zu stellen.

Projekt Ausbildungsbotschafter/innen NRW

Im Projekt Ausbildungsbotschafter/innen NRW haben die engagierten Azubis aus unserer MEO-Region schon 1800 Schülerinnen und Schüler für betriebliche Ausbildung begeistert.

Authentisch und auf Augenhöhe präsentieren die Botschafter und Botschafterinnen in 44 Schulen (Realschulen, Gesamtschulen und Gymnasien) ihren Ausbildungsalltag und beantworteten direkt die Fragen der Schüler und Schülerinnen. Mit dem Einsatz dieser Azubis bekommen die Jugendlichen die Chance Berufsorientierung auf eine sehr persönliche Art und Weise kennenzulernen und erhalten konkrete Informationen über interessante Aus-

bildungsberufe und Karrieremöglichkeiten. Aktuell laufen in der IHK zu Essen die Schulungen der neuen Botschafter/innen, die dann im nächsten Jahr in den Schulen weiter Werbung für die duale Ausbildung machen. Haben auch Sie interessierte Auszubildende, die sich als Ausbildungsbotschafter engagieren möchten? Melden Sie sich gerne bei Sabine Keller unter 0201/1892-179 oder per Mail an sabine.keller@essen.ihk.de



Azubi gesucht?

Sind Sie ein kleiner oder mittelständischer Ausbildungsbetrieb und suchen noch oder (leider) wieder einen Azubi für 2023?

Die AzubiMacher*innen helfen Ihnen kostenlos weiter und suchen für Sie nach potentiellen Bewerber*innen, führen Bewerbungsgespräche und treffen eine Vorauswahl für Sie. Melden Sie uns ihr Bewerberprofil oder ihre freien Ausbildungsplätze unter 0201/1892-120 oder per E-Mail an AzubiMacher@essen.ihk.de

Einzelhandelszentralität

Die Einzelhandelszentralität basiert auf dem Verhältnis von Kaufkraftbindung und -zufluss. Werte über 100 bedeuten, dass Besucher aus dem Umland den Handelsumsatz steigern. In unserer MEO-Region sind alle Städte erfolgreich, aber wir müssen dranbleiben.

114,4  Essen

115,7  Mülheim an der Ruhr

129,4  Oberhausen

IMPRESSUM

Herausgeber

Industrie- und Handelskammer für Essen,
Mülheim an der Ruhr, Oberhausen zu Essen,
45117 Essen

Haus- und Lieferanschrift

Am Waldthausenpark 2, 45127 Essen
0201 - 18 92 - 0
www.essen.ihk24.de
ihkessen@essen.ihk.de

Erscheinungstermin

10. November 2023

Redaktion

Josephine Stachelhaus, B. Sc., verant.
hallo@meomagazin.de

Quellenangaben verwendeter Bilder:

IHK, Kerstin Bögeholz, Mirosław Lojkowski,
iStock.com

Konzept und Layout

gestaltig | branding & design
Im Teelbruch 106, 45219 Essen
Illustration „Köpfe“: gestaltig / Elena Kniss
ruhr@gestaltig.de

Verlag und Druck

Print Media Group GmbH & Co. KG
Sankt-Reginen-Platz 5, 59069 Hamm

Auflage

45.070 (Druckauflage: 4. Quartal 2023)
Nachdruck in Wort und Bild ist nur mit
Genehmigung der Redaktion gestattet. Alle
Nachrichten werden nach bestem Wissen,
jedoch ohne Gewähr veröffentlicht.
MEO ist das öffentliche Organ der IHK zu Essen
und wird den beitragspflichtigen IHK-Unterneh-
men im Rahmen ihrer Mitgliedschaft ohne
besonderes Entgelt geliefert.

WAS WIR MAL WERDEN WOLLEN: STOLZ AUF UNS.

JETZT #KÖNNENLERNEN



Ausbildung
macht mehr
aus uns



GEMEINSAM
MIT IHREM
BETRIEB!

Unter dem Motto **Jetzt #könnenlernen** läuft die erste bundesweite Azubi-Kampagne der IHKs – eine echte Mitmachkampagne auch für Ihren Betrieb. Seien Sie dabei und nutzen Sie Botschaften und Motive, die ein neues „Lebensgefühl Ausbildung“ nach außen tragen. Die Werbemittel werden Teil eines Kommunikationspakets speziell für Betriebe sein und können auf Ihren digitalen Kanälen oder direkt bei Ihnen vor Ort platziert werden. Gemeinsam zeigen wir dem ganzen Land und speziell der jungen Generation: **Ausbildung macht mehr aus uns.**

Für weitere Informationen wenden Sie sich an Ihre regionalen IHK-Ansprechpartner:innen.

04
23

A decorative graphic consisting of numerous thin, parallel blue lines that fan out from the left side of the page towards the right, creating a sense of motion or depth.

Reo



Industrie- und
Handelskammer
für Essen, Mülheim
an der Ruhr,
Oberhausen zu Essen