

Wirtschaft

aktuell

Nr. 143 · 37. Jahrgang · Ausgabe III

September 2026 · Preis 2,50 Euro

B&W Energy

Batteriespeicher als cleverer Stromhändler

Strompreise schwanken stärker denn je – für Unternehmen bedeutet das weniger Planbarkeit und mitunter mehr Energiekosten. Aber auch neue Chancen. Wie Batteriespeicher in Kombination mit Photovoltaik als „clevere Stromhändler“ helfen können, erklärt Heiko Gehlen, Vertriebsleiter bei B&W Energy in Heiden, im Interview. Seite 32.



40 JAHRE
WFG-Innovationsberatung

S. 13



MARKETING
Der neue Takt

S. G1



STANDORT IM FOKUS
Legden

S. 19



KI-Transformation mit System

Künstliche Intelligenz (KI) bietet Unternehmen enormes Potenzial – doch wie fängt man an? Neurolion aus Bocholt entwickelt und begleitet ganzheitliche Konzepte für die KI-Transformation. Von der ersten Analyse über konkrete KI-Strategien bis zur Umsetzung in Büro- oder Produktionsprozessen. Neurolion betrachtet dabei nicht einzelne Tools, sondern die gesamte Prozesskette. Ziel ist eine KI-Transformation, die technisch machbar, wirtschaftlich sinnvoll für das Unternehmen und attraktiv für die Mitarbeitenden ist.

DIE SCHRITTE VON DER ANALYSE BIS ZUM PRAXISTEST

Neurolion unterstützt Industrie- und Handwerksunternehmen ebenso wie Notare und Anwälte dabei, die Möglichkeiten von KI systematisch zu erschließen. Gemeinsam mit den Prozessverantwortlichen werden zunächst bestehende Abläufe analysiert – unter technischen und finanziellen Gesichtspunkten ebenso wie mit Blick auf die Komplexität der jeweiligen Aufgaben.

Die Ergebnisse fließen in eine Entscheidungsmatrix ein. Sie macht technische Machbarkeit, Kosten und

mögliche Zeitgewinne transparent. Auf dieser Grundlage werden geeignete Prozesse ausgewählt, die künftig mithilfe der KI erledigt werden sollen. „Unser Ansatz ist bewusst ganzheitlich“, sagt Geschäftsführer Darren Ajuzie. „Wir wollen gemeinsam mit unseren Kunden herausfinden, wo KI tatsächlich einen Mehrwert schafft – und diesen Mehrwert anschließend auch messbar machen.“

Auf Wunsch begleitet das Neurolion-Team seine Kunden auch über die Beratung hinaus: Die entwickelten KI-Konzepte werden unter realen Bedingungen in der Praxis geprüft. Dabei werden der erreichte Return on Investment sowie Effizienz- und Zeitgewinne mit den zuvor definierten Erwartungen verglichen. „So entsteht eine belastbare Grundlage für die Entscheidung, welche KI-Lösungen tatsächlich in den Unternehmensalltag übernommen werden sollen“, erklärt Ajuzie.

Für Unternehmen ist der Einstieg in die KI-Transformation finanziell interessant: Die Beratung kann bis zu 50 Prozent gefördert werden, bei einem maximalen Zuschuss von 25.000 Euro und einem Mindestförderbetrag von 5.000 Euro. Bei förderfähigen Kosten von beispielsweise 13.000 Euro entspricht das einem Zuschuss von 6.500 Euro.



Neurolion GmbH | Münsterstraße 124 | 46397 Bocholt | ☎ 015120166224 | info@neurolion.de | www.neurolion.de

IMMER AUF DEM LAUFENDEN BLEIBEN ...

... mit den Online-News von Wirtschaft aktuell

Ihr Portal für Wirtschaftsnews aus dem Kreis Borken und der Region.



www.wirtschaft-aktuell.de



Dr. Kai Zwicker
Landrat



Dr. Daniel Schultewolter
Geschäftsführer

Editorial

Liebe Leserin, lieber Leser,

wann wird aus Wetter ein Wirtschaftsthema? Beispielsweise, wenn der Rhein zu wenig Wasser führt. Oder wenn Wärmeperioden in Mitteleuropa die 30-Grad-Marke deutlich überschreiten. Was früher als außergewöhnliches Ereignis galt, wird für Unternehmen zunehmend zum ernststen Risiko und somit zu einer Frage der Vorsorge.

Das Niedrigwasser auf dem Rhein in diesem Sommer hat uns vor Augen geführt, wie eng Klimafolgen und Wirtschaft miteinander verbunden sind. Können Schiffe ihre Ladung nicht mehr vollständig transportieren, geraten Lieferketten unter Druck: Rohstoffe und Vorprodukte kommen später an, Transportkosten steigen und Produktionsabläufe können ins Stocken geraten. Auch Hitze und Starkregen stellen Unternehmen vor neue Herausforderungen. Wie belastbar sind Gebäude, Maschinen und besonders die Mitarbeitenden bzw. deren Arbeitsplätze? Welche Lieferanten und Verkehrswege sind besonders anfällig? Und wie gut ist der eigene Standort auf extreme Wetterlagen vorbereitet?

Klimafolgenanpassung sollte deshalb längst Teil eines vorausschauenden Risikomanagements sein. Gleichzeitig lohnt sich der Blick auf die eigenen Prozesse: Energie- und Ressourceneffizienz senken Kosten, reduzieren Abhängigkeiten und stärken die Wettbewerbsfähigkeit.

Erfreulich ist, dass sich der Fokus dabei wieder stärker auf das Wesentliche richten kann.

Die Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung wurden auf europäischer Ebene deutlich reduziert und der Kreis der betroffenen Unternehmen eingeschränkt. Das schafft Luft, um konkrete Verbesserungen umzusetzen, Kosten zu senken und Chancen zu nutzen.

Welche Möglichkeiten es dafür gibt, wurde auch beim 12. Effizienz Forum Wirtschaft in Bocholt deutlich. Unter dem Motto „Transformation – Nachhaltig. Effizient. Intelligent.“ standen unter anderem Ressourceneffizienz, zirkuläres Wirtschaften und innovative Lösungen im Mittelpunkt.

Als WFG unterstützen wir Unternehmen auf diesem Weg mit unterschiedlichen Angeboten: GO!Green bietet einen kostenfreien Einstieg, Ökoprotif hilft dabei, Einsparpotenziale systematisch zu identifizieren und umzusetzen. Mit Sustainable Innovation geht es schließlich um die Entwicklung neuer Lösungen, Produkte und Geschäftsmodelle.

Die entscheidende Frage lautet aktuell nicht nur: Was kommt auf uns zu? Sondern auch: Welche Chancen können wir daraus für unsere Unternehmen machen?

Herzlichst Ihre
Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Kreis Borken

Daniel Schultewolter
Daniel Schultewolter

Ihr Spezialist für Flächenheizungssysteme



- ✓ Betonkerntemperierung
- ✓ Fußbodenheizung
- ✓ Industrieflächenheizung
- ✓ Sportbodenheizung
- ... und mehr



Lassen Sie sich von unseren Leistungen überzeugen.
Wir freuen uns auf Sie!

1A Service Vertriebs- und Montage GmbH · Padies 14 · 48683 Ahaus · ☎ 02561 9637120 · www.1a-service-online.de



14 | Im Interview: Matthias Entrup



13 | 40 Jahre Innovationsberatung

■ WIRTSCHAFT IM KREIS

- 6** WFG-Geschäftsbericht 2025:
„Es hat sich eine
Art Bewegungslosigkeit
eingestellt“
- 8** Made in Westmünsterland:
Herbststaffel startet
- 9** „Wirtschaft trifft“
ist zurück
- 10** Klimafolgenanpassung:
Nachhaltigkeit als
Wettbewerbsvorteil
- 11** zdi-Zentrum
Kreis Borken: MINT im
Ganztag stärken
- 12** Sustainable
Leadership Track:
So gelingt Führung
- 13** 40 Jahre Innovationsberatung:
„Wir verstehen
uns als Partner“
- 14** Volksbank Westmünsterland:
„Größe und Nähe
sind kein Widerspruch“
- 16** Termine der WFG
- 18** Kreislaufwirtschaft:
Von Pflicht zur Chance
- 32** B&W Energy:
Der Batteriespeicher
als cleverer Stromhändler

■ TITELSTORY: MARKETING

- G2** Branchenblick:
Zwischen KI und Vertrauen
- G4** Bakerman:
Auffallen allein reicht nicht
- G6** DoppelClic:
KI als Werkzeug, nicht Bedrohung
- G8** MadeByMates:
Voller Fokus auf den Online-Handel
- G10** Designerseits:
Strukturen für „Flummis“
- G14** Kawentsmann:
Analoger und digitaler Mix



WFG-Geschäftsbericht 2025 vorgestellt



19

Standort im Fokus: Legden

G16 WWWevers:
„Marketingentscheidungen
nach Bauchgefühl kann sich
keiner leisten“

G19 GEO-Strategie:
Autorität schlägt Keywords

■ LEGDEN

20 Jörg Thor: „Ein Ergebnis jahrelanger
guter Zusammenarbeit“

23 Gewerbeflächen:
Mehr Platz ist in Aussicht

Wohngebiete:
Dem Wohnungsdruck
entgegensteuern

24 Ortskernentwicklung:
Heute Baustelle,
morgen lebenswerter

25 Netzwerken:
Gemeinsam geht mehr

26 Bildung:
Lernen und begegnen

27 Tourismus:
Dahliendorf trifft Stiftdorf

30 Deitmer Maschinenbau:
Eine neue Verladezange
für den Markt

31 VTS Trucks:
Nutzfahrzeug-Handel
im Wandel

■ SERVICE

G20 Kündigung:
Einwurf-Einschreiben
reicht nicht mehr

G22 G-Konto:
Welcher Betrag
soll eingezahlt werden?

34 WA-Börsen

■ RUBRIKEN

3 Editorial

7 Impressum

WFG-GESCHÄFTSBERICHT 2025

„Es hat sich eine Art Bewegungslosigkeit eingestellt“

Bodenständig, innovativ und breit aufgestellt. Die Attribute, mit denen Landrat und Aufsichtsratsvorsitzender Dr. Kai Zwicker die Wirtschaft bei der Jahrespressekonferenz der Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Kreis Borken (WFG) beschrieb, klangen eigentlich rundum positiv. „Die Unternehmen im Kreis Borken sind auch in Krisenzeiten stabil“, resümierte er und warnte gleichzeitig: „Wir dürfen uns aber nicht zurücklehnen. Der gute Zustand unserer Wirtschaft ist keine Garantie, dass es immer so bleibt. Umso wichtiger ist die Arbeit der WFG.“ Und die hat im vergangenen Jahr einmal mehr eine ganze Bandbreite an Beratungsleistungen und Veranstaltungen zur Förderung der heimischen Wirtschaft abgedeckt.

Bei der Vorstellung des WFG-Jahresberichts, die in den Räumlichkeiten des Nutz- und Heimtiernahrungsherstellers Bewital in Südlohn-Oeding stattfand, zeichnete Ingo Trawinski, Prokurist und Leiter der WFG-Betriebsberatung, ein gemischtes Bild der wirtschaftlichen Lage im Kreis Borken. „Die Unternehmen stehen angesichts hoher Energiepreise, Bürokratie, Handelshemmnisse infolge geopolitischer Konflikte und einer schwachen Inlandsnachfrage vor erheblichen Herausforderungen. Viele Betriebe halten sich auch deshalb mit Investitionen zurück – es hat sich eine Art Bewegungslosigkeit eingestellt. Und dennoch ist die Wirtschaft im Westmünsterland vergleichsweise stark aufgestellt“, ordnete er ein. Der „wirtschaftliche Tausendfüßler“, also die breite, mehrere Branchen umfassende Aufstellung der lokalen Wirtschaft, sorgt für eine stabile Lage im Kreis Borken.

Das belegen auch die Zahlen, wie Trawinski betonte. Die Arbeitslosenquote blieb 2025 stabil, bei der Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten gab es mit über 160.000 einen neuen Höchststand im Kreis Borken. Gleichzeitig sank die Zahl offener Stellen. „Viele Unternehmen planen vorsichtiger und besetzen freierwerdende Stellen nicht automatisch neu. Angesichts der konjunkturellen Lage warten sie lieber ab oder finden mit Digitalisierung und Künstlicher Intelligenz andere Lösungen“, beschrieb Trawinski.

Positiv entwickelte sich nach Angaben der WFG der Unternehmensbestand im Kreis Borken: Er ist 2025 im

münsterlandweiten Vergleich leicht gestiegen. Besonders stark ist demnach das Handwerk mit rund 45.000 Beschäftigten.

„Zu der stabilen Entwicklung hat auch die WFG mit ihren Beratungsangeboten beigetragen“, betonte Landrat Zwicker. Das Team hat im vergangenen Jahr mehr als 1.000 individuelle Beratungen und über 100 Veranstaltungen mit insgesamt über 5.000 Teilnehmenden durchgeführt. Außerdem wurden Fördermittel eingeworben, wie etwa allein 39 Millionen Euro im Rahmen der Zuschussförderung für Unternehmen und Gründer. Die WFG arbeitete in sechs Schwerpunktfeldern: Betriebsberatung, Gründungsberatung, Innovationsberatung, Standortmarketing, Fachkräftesicherung und Breitbandinfrastruktur.

GRÜNDUNGSBERATUNG

2025 stieg die Zahl der Unternehmensgründungen deutlich an – um rund 70. So verzeichnete der Kreis Borken im vergangenen Jahr insgesamt 2.646 Neuerrichtungen. Viele nutzten dabei die Gründungsberatung der WFG. „Krisenzeiten haben auch immer etwas Disruptives und sind die Chance, neue Geschäftsfelder zu erschließen“, so Trawinski. Mit dem ersten Gründungscamp „GO! Kreis Borken“ sowie speziellen Angeboten, beispielsweise für gründungsinteressierte Frauen, hat die WFG 2025 neue Formate entwickelt.

BETRIEBSBERATUNG

In der Betriebsberatung war vor allem das Thema Unternehmens-

nachfolge relevant. Rund 42 Prozent der Unternehmen im Kreis Borken stünden innerhalb der kommenden fünf Jahre vor einer Nachfolgeregelung. Bei der Hälfte der Befragten ist diese aber noch nicht geregelt. „Hier gibt es noch eine Menge Informations- und Sensibilisierungsbedarf“, betonte der WFG-Prokurist. Ein weiterer Schwerpunkt in der Betriebsberatung lag auf der Internationalisierung – hier insbesondere auf dem Nachbarmarkt Niederlande. „Mit WFGgoNL haben wir ein neues Beratungs- und Veranstaltungsangebot auf die Beine gestellt, das jetzt weiter Fahrt aufnimmt“, so Trawinski.

INNOVATIONSBERATUNG

Die Innovationsberatung der WFG beschäftigte sich im vergangenen Jahr unter anderem mit humanoiden Robotern, den deutsch-niederländischen Smart Solution Labs für den grenzüberschreitenden Wissenstransfer sowie den Digiscouts, ein Projekt, bei dem Auszubildende in ihrem eigenen Betrieb Prozesse aufspüren, die digitaler und effizienter abgebildet werden können. „Überall herrschte eine große Offenheit der Unternehmen gegenüber neuen Entwicklungen und Ansätzen“, betonte Trawinski.

STANDORTMARKETING

Beim Standortmarketing verwies der WFG-Prokurist auf die inzwischen 13. Staffel der Podcast-Reihe „Made in Westmünsterland“ mit Radio WMW, in der bisher rund 150 Hidden Champions aus dem Kreis

Borken vorgestellt wurden. Mit dem Printmagazin „Wirtschaft aktuell“ erreichte die WFG zudem über 7.000 Abonnenten und auch auf Social Media, wie beispielsweise LinkedIn, verzeichnete die WFG organisches Wachstum. „Außerdem haben wir uns auf drei Gewerbeschauen vor Ort vorgestellt“, ergänzte Trawinski.

FACHKRÄFTESICHERUNG

Im Fokus des Bereichs Fachkräftesicherung standen 2025 Veranstaltungen wie die kreisweite Nacht der Ausbildung und der Dialog Fachkräftesicherung. Aber auch digitale Workshop-Angebote wie JobGesund und Fitte Firma sowie die stationären Forscherhäuser in Stadtlohn und Gronau-Epe sowie das Forscher- und das Handwerksmobil, das Kindern im Rahmen der Nachwuchsförderung an handwerkliche Berufe und Mint-Themen (Mint steht für Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik) spielerisch heranführen soll, standen bei dem Team Fachkräftesicherung auf dem Plan. „Alle Formate fanden großen Anklang“, resümierte Trawinski.

BREITBANDINFRASTRUKTUR

Im Bereich Breitbandinfrastruktur hat das WFG-Team weiter daran gearbeitet, im Kreis Borken eine flächendeckende Versorgung mit schnellem Internet zu erreichen. 2025 lag der Schwerpunkt auf der Umsetzung der Baumaßnahmen im Rahmen der „Graue Flecken“-Förderung. Förderfähig sind Adressen, an denen aktuell und zukünftig we-



Bei der Vorstellung des WFG-Geschäftsberichts 2025 (von links): Landrat Dr. Kai Zwicker, Südlohns Bürgermeister Markus Lask, Ulrike und Jürgen Petershagen (Geschäftsführung Bewital) und WFG-Propagandist Ingo Trawinski.

niger als 100 Mbit/s im Download verfügbar sind. Rund 1.400 neue Glasfaseranschlüsse werden im Rahmen des Projekts verlegt. „Dann sind 93 Prozent aller Haushalte im Kreis Borken ans schnelle Netz angeschlossen“, betonte Trawinski.

UNTERNEHMENSBEFRAGUNG

In einer aktuellen Umfrage unter rund 350 Unternehmen hat die WFG für den Kreis Borken außerdem ein aktuelles Stimmungsbild der Wirtschaft ermittelt. Demnach hat sich die Geschäftslage gegenüber dem Vorjahr zwar leicht verbessert, die Stimmung bleibt insgesamt aber gedämpft. Eine weitere Erkenntnis: Jedes dritte Unternehmen ist international aktiv. Als größte Herausforderungen nannten die Unternehmen neben der Unternehmensnachfolge die Punkte Bürokratie, Arbeits- und Energiekosten, Fachkräftemangel, Digitalisierung und Künstliche Intelligenz sowie Innovationen. „Wir dürfen uns nicht ausruhen. Die Region braucht wieder eine Aufbruchsstimmung“, so Trawinski.

Wie ein solcher Wachstumsimpuls in der Praxis aussehen kann, zeigte sich bei der Jahrespressekonferenz der WFG beim Gastgeber Bewital. Das Unternehmen beschäftigt inzwischen 620 Mitarbeitende und hat 2025 einen Umsatz von über 300 Millionen Euro erwirtschaftet. Aktuell investiert Bewital 25 Millionen Euro in die Erweiterung des Werks 6 für den Petfood-Bereich am Standort Südlohn-Oeding – eine der größten Investitionen der vergangenen Jahre in der Unternehmensgeschichte.

Zudem entstand 2025 in Ramsdorf ein neuer Standort für die Paketlogistik. Landrat Zwicker: „Bewital ist ein Hidden Champion und ein gutes Beispiel für die Widerstandsfähigkeit und kontinuierliche Weiterentwicklung unserer Wirtschaft.“

Geschäftsführer Jürgen Petershagen stellte das Unternehmen vor, das heute in drei Geschäftsbereichen tätig ist: Bewital Agri (Spezialnutztierernährung), Bewital Petfood (Trocken- und Feuchtnahrung für Heimtiere) sowie Westrans, die unternehmenseigene Spedition. Gegründet wurde das Unternehmen 1963, seit 1985 ist Bewital im Heimtierernährungsbereich aktiv. Bei der Produktion setzt das Unternehmen zunehmend auf Automatisierung. „Die Zusammenarbeit mit der WFG nutzen wir hier gerne“, sagte Petershagen. Gemeinsam würden unter anderem humanoide Roboter getestet.

WACHSTUMSPOTENZIAL BEI BEWITAL

Bewital exportiert einen großen Teil der Produkte. Der Agrarbereich mache rund ein Drittel des Umsatzes aus. Jährlich werden zwischen 40.000 und 50.000 Tonnen Futtermittel produziert, rund 60 Prozent davon gehen in 40 verschiedene Länder. Wachstum verzeichnet das Unternehmen unter anderem in Südamerika, Osteuropa und im asiatischen Schweinemarkt. Im Heimtierfutterbereich liegt der Marktanteil in Deutschland bei rund drei Prozent. Petershagen sieht hier weiteres Wachstumspotenzial. Gleichzeitig veränderten sich die Märkte: „Der

Trend geht zu kleineren Hunden und damit auch zu kleineren Verpackungsgrößen. Darauf haben wir uns bei Produktion und Verpackung eingestellt“, erklärte er.

Der Bürgermeister der Gemeinde Südlohn, Markus Lask, zeigte sich stolz, ein Unternehmen wie Bewital vor Ort zu haben. Ziel sei es, die Voraussetzungen dafür zu schaffen, dass sich solche Unternehmen weiterentwickeln können. Die WFG sei dabei ein wichtiger Partner.

Bewital-Geschäftsführer Petershagen machte deutlich, dass ein Wachstum wie dieses keine Selbstverständlichkeit sei. „Unternehmensentwicklung ist keine Einbahnstraße. Es geht mal hoch, mal runter“, sagte er. Neben den Anstrengungen der Wirtschaft selbst brauche es auch passende politische Rahmenbedingungen. Er verwies unter anderem auf die hohe Steuerprogression und steigende Löhne, von denen den Beschäftigten letztlich zu wenig übrigbleibe. Dem stimmte auch Landrat Zwicker zu, der auf weitere strukturelle Probleme in Deutschland verwies, die auch vor dem Westmünsterland nicht Halt machten. Neben hohen Steuern seien das beispielsweise die steigenden Energiepreise und die ausufernde Bürokratie. „Wir brauchen eine vergleichbare, bessere Wettbewerbsfähigkeit, damit Deutschland als Wirtschaftsstandort wieder attraktiver wird. Das, was die Bundesregierung nun beschlossen hat, ist ein erster Schritt. Da muss aber noch mehr kommen.“

■ Anja Wittenberg

Impressum

HERAUSGEBER:

Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Kreis Borken mbH (WFG)
Dr. Daniel Schultewolter
Erhardstraße 11 · 48683 Ahaus
Tel.: 0 25 61 / 97 99 90
Fax: 0 25 61 / 97 99 999
info@wfg-borken.de
www.wfg-borken.de

VERLAG:

Hötzel, RFS & Partner
Medien GmbH
Redaktionsleitung (V.i.S.d.P.):
Anja Wittenberg
Gutenberghaus
Boschstr. 1–5 · 48703 Stadtlohn
Telefon: 02563/929-200
Telefax: 02563/929-900
info@wirtschaft-aktuell.de
www.wirtschaft-aktuell.de

FOTO TITELSEITE:

Anja Wittenberg

SATZ/GESTALTUNG/PRODUKTION:

Hötzel, RFS & Partner
Medien GmbH,
Anschrift siehe Verlag

Es gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 15 vom 01. Januar 2026

Wirtschaft aktuell erscheint vier Mal im Jahr. Einzelpreis: 2,50 EUR zzgl. Versandkosten. Jahresabonnementpreis: 8,00 EUR zzgl. Versandkosten (Mindest-Abonnementdauer: ein Jahr). Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn es nicht sechs Wochen vor Ablauf eines Bezugsjahres gekündigt wird. Copyright für alle Textbeiträge und von uns gestalteten Anzeigen beim Verlag. Nachdruck nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Bilder und Anzeigen wird keine Gewähr übernommen. Beiträge, die mit Namen oder Initialen des Autors gekennzeichnet sind, geben nicht immer die Meinung von Verlag oder Herausgeber wieder. Für die Richtigkeit telefonisch aufgebener Anzeigen oder Änderungen übernimmt der Verlag keine Gewähr.

MADE IN WESTMÜNSTERLAND

Herbststaffel startet

Mitte Oktober dieses Jahres beginnt die neue Herbststaffel der Standortmarketingkampagne „Made in Westmünsterland“. Die Podcast-Reihe stellt erneut zehn Hidden Champions aus dem Kreis Borken vor und gibt Einblicke in die Vielfalt, Innovationskraft und Leistungsfähigkeit der regionalen Wirtschaft. Gemeinsam mit Radio WMW und mit Unterstützung der Sparkasse Westmünsterland hat die Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Kreis Borken (WFG) das Format weiterentwickelt und will teilnehmenden Unternehmen damit eine Reichweite bieten.

Ziel der Kampagne ist es, die im Westmünsterland ansässigen Unternehmen sichtbarer zu machen und ihre Bedeutung für die regionale und überregionale Wirtschaft hervorzuheben.

„Made in Westmünsterland“ zeigt spannende Beispiele aus der Unternehmenslandschaft der Region – von spezialisierten Industrieanwen-



Über 150
Unternehmen

dungen bis hin zu innovativen Nischenprodukten. Dazu zählen unter anderem Unternehmen, die international führende Technik entwickeln oder außergewöhnliche Produkte herstellen, die oft wenig bekannt, aber wirtschaftlich bedeutend sind. „Made in Westmünsterland“ stellt



Reporter Jonathan Butteweg (rechts) ist wieder für „Made in Westmünsterland“ unterwegs, wie zuletzt bei Kid(z) & Co. in Gronau mit Geschäftsführer Thomas Mikosch.

dabei die Menschen und Unternehmen in den Mittelpunkt, die hinter diesen Produkten und Dienstleistungen stehen.

Seit dem Start der Kampagne konnten bereits über 150 Unternehmen präsentiert werden. Die erhöhte Sichtbarkeit soll nicht nur das Standortmarketing unterstützen, sondern auch einen Beitrag zur Fachkräftesicherung in der Region leisten.

Hier geht es zu den aktuellen Folgen von „Made in Westmünsterland“:



KONTAKT

Unternehmen, die an der Frühjahrsstaffel 2027 teilnehmen möchten, können sich jetzt schon bewerben:

Gaby Wenning

✉ wenning@wfg-borken.de



UNSER 360°-UNTERNEHMERKONZEPT

Ihr Unternehmen verdient mehr als einzelne Versicherungen.

Wir betrachten Ihren Betrieb als Ganzes und verbinden die Absicherung Ihrer Firma mit Lösungen für Ihre Belegschaft und Ihre persönliche Zukunft als Unternehmer.

Über 60 Jahre Erfahrung · regional verwurzelt · feste Ansprechpartner · spezialisierte Experten



Firma absichern

Risiken erkennen und die Unternehmensfortführung sichern.



Belegschaft stärken

Benefits gestalten, Fachkräfte gewinnen und binden.



Persönlich vorsorgen

Arbeitskraft, Familie und Zukunft absichern.



Wann wurde Ihr Unternehmen zuletzt als Ganzes betrachtet?



Versicherungsbüro Wigbels · Ahaus



02561 7111



wigbels@signal-iduna.net



Persönlich.



Kompetent.



Verlässlich.

IN EIGENER SACHE

„Wirtschaft trifft“ ist zurück

Wie bleiben Unternehmerinnen und Unternehmer handlungsfähig, wenn Unsicherheit zur neuen Normalität wird? Genau diesem Thema widmet sich die neunte Ausgabe von „Wirtschaft trifft“ am 22. September 2026 auf dem dp Campus in Gescher. „Wirtschaft aktuell“ und die Sparkasse Westmünsterland bringen dafür Nicola Winter auf die Bühne. Winter ist ehemalige Kampffliegerin bei der Bundeswehr und jetzt Rettungshubschrauberpilotin, ESA-Reserveastronautin und Expertin für Krisenmanagement. Bei „Wirtschaft trifft“ spricht sie über moderne Führung, Leistungsfähigkeit in Krisenzeiten und Resilienz.

Geopolitische Spannungen, technologische Umbrüche, volatile Märkte und wachsender Entscheidungsdruck prägen den Unternehmeralltag. Unter dem Titel „Souverän unter Druck: Entscheidungsstärke und Resilienz aus dem Cockpit“ geht Nicola Winter der Frage nach, wie Führungskräfte Entscheidungen unter höchstem Druck treffen können. Im Gespräch mit Moderatorin Annelen Bergenthum nimmt Winter die Gäste mit in die Welt von Cockpit, Rettungseinsatz und Raumfahrt. Dabei geht es um moderne Führung, starke Teams und die Fähigkeit, auch in unsicheren Zeiten resilient und leistungsfähig zu bleiben. Anschließend können die Gäste ihre Fragen direkt an die Expertin richten.

„Ich freue mich, dass wir gemeinsam mit der Sparkasse Westmünsterland als starkem Partner wieder in das Format der Live-Kommunikation



Nicola Winter ist zu Gast bei „Wirtschaft trifft“.

tion einsteigen. Der neue dp Campus bietet dafür eine tolle Kulisse“, erklärt Robert Schneider, Geschäftsführer in der RFS MediaGroup, zu der „Wirtschaft aktuell“ gehört. Er

ergänzt: „Nach unserem bewährten Konzept gibt es bei ‚Wirtschaft trifft‘ nicht nur spannende Einblicke in ein relevantes Thema, das uns alle bewegt, sondern auch wieder die Ge-

legenheit zum Netzwerken.“ Auch Norbert Hypki, Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Westmünsterland, sieht einen hohen Praxisbezug: „Unternehmerische Entscheidungen müssen heute oft unter Bedingungen getroffen werden, die sich nur schwer vorhersehen lassen. Umso wichtiger sind Klarheit, Vertrauen und die Fähigkeit, auch unter Druck handlungsfähig zu bleiben. Nicola Winter bringt dafür eine außergewöhnliche Perspektive mit.“ Der Abend beginnt am Dienstag, 22. September, um 18:30 Uhr mit Empfang und Imbiss auf dem dp Campus (Schildarpstraße 81, Gescher). Nach der Eröffnung um 19 Uhr folgt das Interview mit Nicola Winter. Ab etwa 20:15 Uhr ist Zeit für Imbiss und Networking. Bereits ab 17 Uhr werden nach Anmeldung Führungen über den dp Campus angeboten.

■ Anja Wittenberg

DIGITAL IM PROZESS. EFFIZIENT IM ALLTAG. PERSÖNLICH IM KONTAKT.

Mit digitalen Prozessen und intelligenter Automatisierung gestalten wir Steuerberatung effizienter, moderner und näher am Unternehmen.

WWW.HEISTERBORG.DE

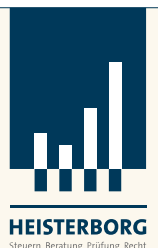




Foto: WFG

Haben die Energiebilanz bei Büscher unter die Lupe genommen (von links): Niels Christiansen (Sustaineration), Ingo Trawinski (WFG), Hans-Jürgen Büscher, Jill Büscher, Wolfgang Büscher und Angelika Vrenegor (alle Büscher Unternehmensgruppe).

KLIMAFOLGENANPASSUNG

Nachhaltigkeit als Wettbewerbsvorteil

Nachhaltigkeit ist für Unternehmen längst nicht mehr nur eine Frage des Klimaschutzes. Sie wird zunehmend zu einer wirtschaftlichen Aufgabe: Wer Energie und Material effizienter einsetzt, kann Kosten senken. Wer sich auf Hitze, Trockenheit und Extremwetter vorbereitet, reduziert betriebliche Risiken. Und wer seine Lieferketten auf mögliche Störungen prüft, schafft zusätzliche Sicherheit. Für Unternehmen im Kreis Borken gibt es verschiedene Projekte und Angebote, die sie dabei unterstützen. Ein Einblick in zwei davon.

Die Folgen des Klimawandels sind bereits spürbar. Sommerliche Hitzeperioden mit Temperaturen deutlich über 30 Grad können Beschäftigte, Gebäude und Maschinen belasten. Trockenheit und Niedrigwasser können Transportwege beeinträchtigen, wie beispielsweise die Situation auf dem Rhein in diesem Sommer gezeigt hat. Für Unternehmen können daraus längere Lieferzeiten, höhere Transportkosten oder im ungünstigsten Fall Produktionsunterbrechungen entstehen. Klimafolgenanpassung wird deshalb zu einem Teil des unternehmerischen Risikomanagements. Gleichzeitig lohnt sich der Blick auf die eigenen Verbräuche: Weniger Energie bedeutet niedrigere laufende Kosten, ein effizienterer Materialeinsatz reduziert Einkaufskosten, Verschchnitt und Abfall.

GO!GREEN: KOSTENFREI POTENZIALE ERKENNEN

Einen unkomplizierten Einstieg bietet das Projekt „GO!Green“ der

Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Kreis Borken (WFG). Das kostenfreie Beratungsangebot wird aus LEADER-Mitteln gefördert und unterstützt kleine und mittlere Unternehmen in der LEADER-Region Westmünsterland dabei, den eigenen Betrieb unter Nachhaltigkeits- und Effizienzgesichtspunkten zu betrachten. Gemeinsam mit erfahrenen Nachhaltigkeitsexperten werden bereits umgesetzte Maßnahmen, weitere Potenziale und konkrete Handlungsmöglichkeiten betrachtet. Das Angebot richtet sich damit nicht nur an Unternehmen, die noch am Anfang stehen, sondern auch an Betriebe, die bereits aktiv sind und neue Ansatzpunkte suchen.

Wie das in der Praxis aussehen kann, zeigt die Unternehmensgruppe Büscher aus Heek. Das Unternehmen beschäftigt sich bereits seit Jahren mit Ressourcenschonung, Klimaschutz und verantwortungsvollem Wirtschaften. Büscher hat zum Beispiel Recyclingbeton

aus aufbereitetem Bauschutt entwickelt, der Primärrohstoffe schont und einen Beitrag zur Kreislaufwirtschaft leistet. Im Rahmen von GO!Green besuchten Vertreter des Beratungsunternehmens Sustaineration gemeinsam mit der WFG das Unternehmen. Dabei wurden bestehende Maßnahmen betrachtet und weitere Entwicklungspotenziale aufgezeigt. Das Beispiel macht deutlich: Auch wer bereits einiges umgesetzt hat, kann von einem externen Blick profitieren und neue Möglichkeiten identifizieren.

ÖKOPROFIT: KONKRETE EINSPARUNGEN IM BETRIEB

Noch stärker auf die systematische Identifizierung und Umsetzung konkreter Maßnahmen setzt Ökoprofit. Im Rahmen des Projekts untersuchen Unternehmen gemeinsam mit Experten ihre betrieblichen Abläufe und suchen nach Potenzialen bei Energie, Material und weiteren Ressourcen. Dabei geht es nicht um abstrakte Ziele,

sondern um Maßnahmen, die sich ökologisch und wirtschaftlich rechnen. Der Erfahrungsaustausch mit anderen teilnehmenden Unternehmen liefert zusätzliche Impulse. Wie unmittelbar sich solche Maßnahmen auf die Kosten auswirken können, zeigen zwei Beispiele aus der vergangenen Runde im Kreis Borken: Das Unternehmen Heimat aus Stadtlohn spart durch den intelligenten Einsatz von Verschachtelungen jährlich rund 5.000 Euro Materialkosten. Durch die optimierte Anordnung wird das vorhandene Material besser ausgenutzt und Verschchnitt reduziert. Ulland aus Ahaus-Alstätte spart durch den Einbau einer effizienten Belüftungsanlage jährlich rund 1.200 Euro. Beide Beispiele zeigen, dass sich ein effizienterer Ressourceneinsatz direkt in der Bilanz bemerkbar machen kann. Nun startet die nächste Ökoprofit-Runde im Kreis Borken. Interessierte Unternehmen können sich anmelden.



Setzen sich gemeinsam für die MINT-Förderung im Kreis Borken ein (von links): Daniela Daldrup, Veronika Droste, Kerstin Schmitt (alle zdi-Zentrum Kreis Borken) und Verena Harpering (Jugend- und Familienbildungswerk e. V.).

ZDI-ZENTRUM KREIS BORKEN

MINT im Ganzttag stärken

Seit vielen Jahren engagiert sich das zdi-Zentrum Kreis Borken unter dem Dach der WFG für den Kreis Borken gemeinsam mit regionalen Partnern in der Nachwuchsförderung dafür, Kinder und Jugendliche für Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik – kurz MINT – zu begeistern. Mit der neuen Rahmenvereinbarung MINT des Landes Nordrhein-Westfalen sollen diese Fächer im Offenen Ganzttag (OGS) nun an Schulen gestärkt werden. Auch außerschulische Partner können dabei einen wichtigen Beitrag leisten.

Gerade der Ganzttag bietet besondere Möglichkeiten: Hier gibt es Zeit und Raum, um Dinge auszuprobieren, Fragen nachzugehen, gemeinsam Lösungen zu entwickeln und Lernen mit praktischen Erfahrungen zu verbinden. MINT muss dabei nicht auf klassische Unterrichtsinhalte beschränkt sein. Vielmehr können Kinder beim Experimentieren ganz nebenbei wichtige Kompetenzen für ihre Zukunft entwickeln – etwa kreatives Problemlösen, kritisches Denken, Teamfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit und den selbstbewussten Umgang mit digitalen und technischen Themen.

Das zdi-Zentrum Kreis Borken kooperiert dabei mit dem Jugend- und Familienbildungswerk e. V. (JFB) als Träger mehrerer Offener Ganzttagsschulen im Kreis Borken. In Workshops erhalten pädagogische Fachkräfte praxisnahe Impulse und konkrete Ideen, wie sich MINT-Themen unkompliziert und mit wenig Aufwand in den OGS-All-

tag integrieren lassen. Die Workshops bilden dabei die Grundlage für eine langfristige Nutzung der bestehenden zdi-Angebote. Im Anschluss können die teilnehmenden OGS beispielsweise die Forscherhäuser in Stadtlohn und Gronau als außerschulische Lernorte nutzen oder das Forschermobil direkt an ihren Standort holen.

Das Prinzip ist dabei bewusst auf Nachhaltigkeit angelegt: Die pädagogischen Fachkräfte erhalten nicht nur ein einzelnes MINT-Angebot, sondern werden befähigt, vorhandene Möglichkeiten langfristig und eigenständig zu nutzen. Die Kinder bekommen dadurch regelmäßig Gelegenheit, zu forschen, zu experimentieren, eigene Ideen zu entwickeln und Lösungswege auszuprobieren.

WEITERE PARTNER GESUCHT

Die Kooperation mit dem JFB bildet dabei den Auftakt. Das zdi-Zentrum Kreis Borken möchte das Angebot perspektivisch auf

weitere OGS-Träger und einzelne OGS-Standorte im Kreis ausweiten. Gemeinsam kann dann geschaut werden, welche Möglichkeiten zum jeweiligen Standort passen und wie MINT sinnvoll und dauerhaft in den bestehenden OGS-Alltag integriert werden kann, wie die WFG mitteilt. Im Mittelpunkt stehen das eigene Ausprobieren und Entdecken. Kinder sollen neugierig werden, eigene Ideen entwickeln und selbst herausfinden, wie etwas funktioniert. Für die Region sei das von besonderer Bedeutung. Denn die Fachkräfte von morgen werden in einer Arbeitswelt tätig sein, die sich durch Digitalisierung, technologische Entwicklungen und neue Anforderungen stetig verändert. Die zdi-Arbeit setzt deshalb bewusst früh an: Wer Kinder schon heute für MINT begeistert und ihnen Möglichkeiten gibt, Zukunftsthemen aktiv zu entdecken, schafft langfristig wichtige Grundlagen für die Nachwuchssicherung und Innovationsfähigkeit der Region, so

die WFG. „Mit unseren Angeboten möchten wir Kindern frühzeitig die Möglichkeit geben, MINT nicht nur kennenzulernen, sondern selbst zu erleben. Der Ganzttag bietet dafür enormes Potenzial und die neue Rahmenvereinbarung des Landes Nordrhein-Westfalen stärkt diesen Ansatz“, so das zdi-Zentrum Kreis Borken.

Wer Interesse daran hat, MINT stärker in den eigenen OGS-Alltag zu integrieren und die Angebote des zdi-Zentrums kennenzulernen, kann sich beim zdi-Zentrum Kreis Borken melden.

KONTAKT

Veronika Droste

✉ droste@wfg-borken.de

Kirsten Vennemann

✉ vennemann@wfg-borken.de

Kerstin Schmitt

✉ schmitt@wfg-borken.de

Tagen in der Weissenburg



Unser familiengeführtes Hotel liegt inmitten der malerischen Parklandschaft des Münsterlandes, im Erholungsort Billerbeck. Als Tagungshotel bieten wir modern ausgestattete, helle und freundliche Tagungsräume sowie individuell zusammengestellte Tagungspauschalen.

- **100 Zimmer mit 195 Betten**
- Tagungsräume mit modernster Tagungstechnik
- großzügiger Wellness- und Spa-Bereich auf 700 m² Fläche mit Schwimmbad, Sauna, Dampfbad, Sanarium und Fitness-Bereich
- Gartenterrasse mit Blick auf Billerbeck
- idyllischer Park mit Wildgehege



WEISSENBURG
HOTEL
RESTAURANT



Familie Niehoff
Gantweg 18, 48727 Billerbeck
Tel. (02543) 75-0
Fax (02543) 75275

www.hotel-weissenburg.de

SUSTAINABLE LEADERSHIP TRACK

So gelingt Führung

Wie gelingt Führung in Zeiten von Transformationsdruck, Nachhaltigkeitsanforderungen und Fachkräftemangel? Mit dieser Frage beschäftigten sich Fach- und Führungskräfte aus dem Münsterland in den ersten beiden Sustainable Leadership Track des Projekts „Sustainable Innovation Münsterland“. Im Rahmen des vierteiligen Formats arbeiten die Teilnehmenden an Herausforderungen aus ihrem Unternehmensalltag.



Foto: WFG

Die ersten beiden Sustainable Leadership Tracks haben stattgefunden.

In den ersten beiden Treffen ging es zum Beispiel um nachhaltige Entscheidungsprozesse, Veränderungskommunikation oder den Umgang mit steigender Komplexität in Organisationen. Im Mittelpunkt standen dabei nicht abstrakte Nachhaltigkeitskonzepte, sondern praxisnahe Ansätze und der direkte Transfer in die eigene Führungs- und Unternehmenspraxis. Viele Teilnehmende brachten konkrete Transformations- und Führungsfragen aus ihren Unternehmen ein und diskutierten diese im Austausch mit anderen Entscheidern aus der Region.

Der Sustainable Leadership Track kombiniert fachlichen Input mit Austausch, Reflexion und anwendungsnaher Projektarbeit. Ziel ist es, Unternehmen der Region dabei zu unterstützen, Nachhaltigkeit und Transformation nicht nur strategisch zu denken, sondern konkret in Führungs- und Organisationsstrukturen zu verankern. Besonders der interdisziplinäre Austausch zwischen den teilnehmenden Organisationen wurde von vielen Beteiligten als wertvoller Bestandteil des Programms hervorgehoben.

Der Sustainable Leadership Track ist Teil des Projekts „Sustainable Innovation Münsterland“, das Unternehmen der Region bei nachhaltiger Transformation und Innovationsentwicklung begleitet. Neben dem Leadership-Programm umfasst das Projekt weitere Formate rund um Zukunftskompetenzen, nachhaltige Innovation

und den Austausch zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Praxis.

Mit dem erfolgreichen Abschluss der ersten beiden Durchläufe hat sich der Sustainable Leadership Track als wertvolles Angebot für Unternehmen und Organisationen im Münsterland etabliert, wie die WFG für den Kreis Borken mitteilt. Im Rahmen der Überlegungen zur Verstetigung des Formats werden derzeit Möglichkeiten geprüft, auch künftig entsprechende Qualifizierungsangebote im Bereich nachhaltiger Führung anzubieten, so die WFG.

Unternehmen und Organisationen, die Interesse an einem weiteren Durchlauf des Sustainable Leadership Tracks haben, können sich bereits jetzt unverbindlich in eine Interessentenliste eintragen.

Weitere Infos zum Projekt Sustainable Innovation Münsterland und zu den Sustainable Leadership Tracks gibt es hier:



KONTAKT

Kathrin Bonhoff

✉ bonhoff@wfg-borken.de

☎ 02561 97999-42

„Wir verstehen uns als Partner“

Seit 40 Jahren begleitet die Innovationsberatung der Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Kreis Borken (WFG) Unternehmen auf ihrem Weg von der ersten Idee bis zur erfolgreichen Umsetzung. Technologien, Förderprogramme und Herausforderungen haben sich in dieser Zeit stark verändert – der Anspruch der Innovationsberatung ist jedoch derselbe geblieben: Unternehmen dabei zu unterstützen, ihre Zukunft aktiv zu gestalten. Im Gespräch blicken Dr. Markus Könnig, Kathrin Bonhoff, Bernd Liesbrock und Renate Warmers von der WFG-Innovationsberatung zurück und wagen einen Blick nach vorn.

Herr Dr. Könning, 40 Jahre Innovationsberatung – was bedeutet dieses Jubiläum für Sie?

Dr. Markus Könnig: 40 Jahre Innovationsberatung zeigen vor allem, wie wichtig Innovationen für die wirtschaftliche Entwicklung unserer Region sind. Die Unternehmen im Kreis Borken haben immer wieder bewiesen, dass sie bereit sind, neue Wege zu gehen. Wir verstehen uns dabei als Partner, der Orientierung gibt, Netzwerke schafft und Unternehmen dabei unterstützt, Ideen erfolgreich umzusetzen. Dass viele Unternehmen uns seit Jahren ihr Vertrauen schenken, macht dieses Jubiläum für uns besonders.

Wie hat sich die Innovationsberatung seither verändert?

Könning: Die Themen sind vielfältiger geworden. Früher standen klassische Technologie- und Entwicklungsprojekte im Mittelpunkt. Heute beraten wir unabhängig ebenso zu Innovationsmanagement, humanoider Robotik, Kreislaufwirtschaft, Energiethemen oder Förderprogrammen wie der Forschungszulage. Wir helfen dabei, geeignete Förderprogramme zu finden, Projekte förderfähig zu strukturieren und die Antragstellung vorzubereiten. Auch das Team ist gewachsen. Hermann-Josef Ratgering ist damals als Einzelkämpfer gestartet. Heute sind wir ein vierköpfiges Team mit unterschiedlichen Schwerpunkten und betreuen eine große Bandbreite von Angeboten, Projekten und Themen. Darüber hinaus arbeiten wir eng mit anderen Institutionen zusammen. Wir sind gut mit den lokalen Wirtschaftsförderungen in den Kommunen vernetzt, nutzen unser Netzwerk zu den anderen Kreiswirt-



Das Team der WFG-Innovationsberatung (von links): Bernd Liesbrock, Renate Warmers, Kathrin Bonhoff und Dr. Markus Könning.

schaftsförderungen und gehen bewusst Kooperationen ein, beispielsweise mit der Sparkasse Westmünsterland oder auch dem Innovationsnetzwerk maakwi-connect.

Welche Rolle spielen solche Netzwerke für Innovationen?

Bernd Liesbrock: Eine sehr große. Viele Unternehmen verfügen über Fachwissen, können aber gar nicht jede Kompetenz selbst abdecken. Wir verstehen uns als Netzwerkmanager: Wir bringen Unternehmen mit Hochschulen, Forschungseinrichtungen, Start-ups und anderen Unternehmen zusammen.

Können Sie ein Beispiel nennen?

Liesbrock: Ein Beispiel ist die enge Zusammenarbeit mit der Westfälischen Hochschule in Bocholt. Über solche Kontakte können Unternehmen Zugang zu aktuellem Wissen und neuen Technologien bekommen und zudem Kontakt zu Studierenden aufbauen. Diese Zusammenarbeit haben wir kürzlich durch die Rolle eines Tech-Providers an der Hochschule gestärkt.

Kathrin Bonhoff: Ein weiteres Beispiel ist unser Format CrossVisitX-Change. Hier öffnen Unternehmen ihre Türen und geben ehrliche Einblicke in Prozesse, Innovationskultur und aktuelle Herausforderungen – ohne Hochglanzpräsentationen. Es geht darum, voneinander zu lernen. Die dritte Staffel startet im Herbst.

Könning: Aktuell haben wir ein Reverse Pitch-Format entwickelt. Bei „Challenge accepted | Mittelstand trifft Start-ups“ bringen Unternehmen eine Herausforderung aus ihrem Alltag ein und Start-ups entwickeln dazu neue Lösungsansätze. So entstehen neue Perspektiven und im besten Fall konkrete Kooperationen. Genau dieser Austausch zwischen unterschiedlichen Akteuren kann Innovationen beschleunigen.

Die Innovationsberatung organisiert auch zahlreiche Veranstaltungen. Warum ist das wichtig?

Renate Warmers: Innovation lebt vom Austausch. Mit Formaten wie Dialog Innovation, Science2KMU oder TechCamp, bei deren Umsetzung wir von der Sparkasse West-

münsterland unterstützt werden, möchten wir Unternehmen inspirieren, vernetzen und Werkzeuge an die Hand geben. Während früher der Fokus eher auf der reinen Information zum Beispiel zu Förderprogrammen lag, stellen wir heute Methoden-Know-how oder das Angebot der regionalen Hochschulen in den Fokus. Unser nächstes Tech Camp ist eine Tour nach Enschede zur Saxion Hogeschool, um die technische Ausstattung und Kooperationsmöglichkeiten kennenzulernen.

Welche Themen beschäftigen
Ihr Team künftig?

Liesbrock: Künstliche Intelligenz, Digitalisierung und Automatisierung werden weiter an Bedeutung gewinnen. Wir sind kürzlich mit dem Interreg VI-Projekt „Future RobotiX“ gestartet. Ziel des grenzüberschreitenden Vorhabens ist die Entwicklung und Erprobung innovativer humanoider Robotiklösungen für kleine und mittlere Unternehmen sowie das Handwerk in der deutsch-niederländischen Grenzregion.

Warmers: Hinzu kommt der Fachkräftemangel. Unternehmen müssen neue Wege finden, Wissen zu sichern und Innovationen trotz knapper Ressourcen voranzutreiben. Insbesondere der Kontakt zu jungen Fachkräften, wie wir es im Projekt SSL – Smart Solution Labs in den vergangenen drei Jahren gezeigt haben, wird eine Rolle spielen.

Welchen Rat geben Sie Unternehmen mit auf den Weg?

Könning: Warten Sie nicht auf den perfekten Zeitpunkt. Sprechen Sie frühzeitig mit uns über Ihre Ideen – auch dann, wenn diese noch nicht vollständig ausgearbeitet sind.



Wir müssen viel stärker darüber sprechen, was uns im Westmünsterland so stark macht und wie wir uns selbst helfen können.

Matthias Entrup,
Vorstandsvorsitzender
Volksbank Westmünsterland



Foto: Volksbank Westmünsterland

VOLKSBANK WESTMÜNSTERLAND

„Größe und Nähe sind kein Widerspruch“

Matthias Entrup ist seit dem 1. Juli neuer Vorstandsvorsitzender der Volksbank Westmünsterland. Seine ersten beruflichen Schritte machte er als Auszubildender bereits vor 37 Jahren genau da, wo er heute für insgesamt rund 160.000 Kunden, über 650 Mitarbeitende und ein Kundengeschäftsvolumen von 10,7 Milliarden Euro verantwortlich ist. Wie er seine neue Aufgabe definiert, wie er die Entwicklung der Volksbank bewertet und warum für ihn im Bankgeschäft persönliche Beziehungen auch im digitalen Zeitalter entscheidend bleiben, erklärt Entrup im Interview.

Herr Entrup, Sie sind seit dem 1. Juli Vorstandsvorsitzender. Was hat Sie motiviert, diese Aufgabe zu übernehmen?

Vor allem meine starke Verbindung zur Volksbank Westmünsterland. Ich bin hier vor 37 Jahren mit meiner Ausbildung gestartet, damals noch in der viel kleineren Volksbank Coesfeld mit rund 130 Mitarbeitenden. Heute sind es mehr als 650. Ich habe mich in all den Jahren kontinuierlich weitergebildet und neue Positionen wahrgenommen, sodass ich sehr an diesem Haus hänge und gar nicht großartig neu motiviert werden musste, dieses Amt zu übernehmen. Jetzt bin ich mittlerweile seit zehn Jahren im Vorstand. Deshalb kann ich auch ganz gut einschätzen, was auf mich zukommt. Wenn man mir aber damals als Azubi gesagt hätte, dass ich einmal Vorstandsvorsitzender werde, hätte ich allerdings wohl gesagt: Niemals. (lacht)

Sie haben mit dem Amt als Vorstandsvorsitzender also schrittweise warm werden können?

Ja, viele Aufgaben sind mir schon bekannt – ob es Pressekonferenzen, Vertreterversammlungen, Vorstandssitzungen oder das Tagesgeschäft sind. Nach zehn Jahren im Vorstand sind mir auch die strategischen und koordinativen Aufgaben bereits bestens vertraut. Mit dem Amt des Vorstandsvorsitzenden rücken diese nun noch stärker in den Fokus. Gleiches gilt für die Repräsentation unserer Bank nach außen – sowohl hier im Westmünsterland als auch zum Beispiel innerhalb unseres Finanzverbundes. Aber das reizt mich auch, weil ich gerne mit Menschen und im Markt unterwegs bin.

Die Volksbank Westmünsterland ist stark gewachsen, zuletzt haben Sie mit der Volksbank Süd-münsterland-Mitte fusioniert. Was kommt jetzt?

Unsere Volksbank ist langfristig ausgerichtet, und diese Planung setzen wir fort. Besonders wichtig ist mir, dass wir unsere Funktion für das Westmünsterland weiter ausüben können: als relevanter Akteur der Finanzwirtschaft und als toller Arbeitgeber in der Region. Unsere Positionierung wollen wir zeitgemäß weiterentwickeln – sowohl beim Leistungsspektrum als auch als Arbeitgeber. Denn Größe bringt auch Leistungsfähigkeit und Kompetenz in einzelnen Geschäftsfeldern mit sich.

Wie gelingt es, trotz dieser Größe regional und persönlich zu bleiben?

Größe und Nähe sind kein Widerspruch. Damit das gelingt, braucht es regionale Präsenz und eine dezentrale Struktur, in der Entscheidungen vor Ort getroffen werden können. Wir haben uns klar dazu bekannt, unsere Filialstruktur zu erhalten. In Stadtlohn bauen wir beispielsweise

gerade ein neues KompetenzCenter. Als nächstes werden wir den Standort in Lüdinghausen modernisieren. Gleichzeitig müssen wir weiter an unserer Kultur und unserem Selbstverständnis arbeiten: Unsere Mitarbeitenden sollen gerne vor Ort mit den Kunden zusammenarbeiten. Denn Geschäfte werden durch Menschen gemacht. Das habe ich schon in meiner Ausbildung gelernt und diese Erfahrung bestätigt sich bis heute. Dieser Ansatz zahlt auch auf unsere genossenschaftliche Ausrichtung ein: Wir wollen das wirtschaftliche Leben unserer Mitglieder begleiten und fördern. Gerade das Bankgeschäft lebt von Vertrauen und persönlichen Beziehungen – und der Wunsch danach wird gefühlt größer, je mehr wir uns in einer komplexen, digitalen Welt bewegen.

Ein relevanter Teil Ihrer Kunden sind Unternehmen. Was beschäftigt die Wirtschaft besonders?



*Der Vorstand der Volksbank Westmünsterland (von rechts):
Matthias Entrup (Vorstandsvorsitzender), Dr. Carsten Düerkop und Henning Henke.*

Wir erleben eine nicht zufriedenstellende konjunkturelle Situation. Die Wirtschaft wächst nicht so, wie sie wachsen müsste. Es herrscht Stagnation und das schon seit einiger Zeit. Die Investitionsbereitschaft ist generell zu gering, dabei sind Wachstum und Transformationsinvestitionen in neue Technologien wichtig, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Dafür braucht es aber Sicherheit über die Zukunftsaussichten – und die fehlt aktuell. Die Unternehmen beklagen häufig zum Beispiel Energiekosten, hohe Bürokratielasten und damit strukturelle Standortnachteile. Viele wünschen sich mehr Bewegung und verlässlichere Rahmenbedingungen. Dennoch – und das ist mir wichtig – steht die Wirtschaft im Westmünsterland vergleichsweise gut da. Unsere Region ist durch diverse Branchen breit und robust aufgestellt. Und hier leben Menschen, die anpacken. Leider geht das manchmal etwas unter. Wir müssen viel stärker darüber sprechen, was uns im Westmünsterland so stark macht und wie wir uns selbst helfen können.

Was kann die Volksbank dazu beitragen?

Wir können unseren Job machen. Im Kern ist das die Kreditversorgung unserer Wirtschaft. Wenn Unternehmen investieren wollen, müssen wir bereit sein, das zu finanzieren. Dazu gehören beispielsweise Investitionen in regenerative Energien oder neue Produktionsstrukturen. Unsere Aufgabe ist, diese Entwicklungen zu begleiten und damit die Region zu stärken. Insbesondere für kleinere Unternehmen wollen wir künftig noch besser erreichbar sein.

Erzählen Sie mal.

Wir möchten im Herbst mit einem neuen Angebot speziell für kleine Unternehmen und Selbstständige starten, die anzahlmäßig die größte Kundengruppe in unserem Firmenkundengeschäft bilden. Unser neues BusinessCenter soll ein zusätzlicher Beratungs- und Anlaufpunkt

für die alltäglichen Bankgeschäfte sein – mit einem erfahrenen Expertenteam unserer Bank, das unseren Kundinnen und Kunden kompetent und verlässlich zur Seite steht, und zugleich mit einem hohen Digitalanteil für den alltäglichen Service. Hier sehe ich enormes Potenzial, gerade weil Selbstständige und Kleinunternehmen neben ihrem Tagesgeschäft oft nur wenig Zeit für ihre Bankgeschäfte haben. Da wollen wir sie künftig noch stärker unterstützen.

Wie wichtig sind Digitalisierung und Künstliche Intelligenz für Ihre Bank?

Das eine geht nicht ohne das andere. Unsere Kunden erwarten, dass alltägliche Dinge digital funktionieren und wir über Apps erreichbar sind. Auch Künstliche Intelligenz ist ein großes Thema. Wir müssen schau-

en, wo sie wirklich Erleichterung schafft und unseren Mitarbeitenden Arbeit abnimmt. Unser Geschäftsmodell wird aber weiterhin auf persönlicher Beratung beruhen. Wenn es um Baufinanzierung, Altersvorsorge oder große unternehmerische Investitionen geht, sind das komplexe Entscheidungen mit Risiken. Das erfordert Vertrauen und eine persönliche Kundenbeziehung.

Jetzt haben wir viel über Ihre Arbeit geredet. Wo findet man denn den Privatmenschen Matthias Entrup zum Beispiel am Sonntagnachmittag, keine Termine, bestes Wetter?

Ganz unspektakulär: Ich bin gerne mit meiner Frau mit dem Rad unterwegs. Das Westmünsterland ist schließlich eine Region, in der andere Urlaub machen – das lerne ich bei solchen Touren immer wieder zu schätzen. Außerdem sind zwei unserer drei Kinder inzwischen außer Haus. Wenn sie dann mal alle zum Abendessen oder Grillen vorbeikommen, freuen wir uns umso mehr.

Das Interview führte
Ana Wittenberg



Matthias Entrup folgt als Vorstandsvorsitzender auf Dr. Carsten Düerkop. Damit hat die Volksbank Westmünsterland frühzeitig die Nachfolge an ihrer Spitze geregelt. Zum Vorstand gehört Düerkop weiterhin gemeinsam mit Henning Henke.

Kalender

DAS SOLLTEN SIE NICHT VERPASSEN

Termine der WFG

22
SEP

09:00 Uhr - 12:00 Uhr
KI im Vertrieb – vom Use Case zur erfolgreichen Umsetzung

📍 d.velop, Schildarpstr. 6-8, 48712 Gescher

Anmeldung unter: 

23
SEP

09:00 Uhr - 10:00 Uhr
ReNET-EV: Vom Konzept zur Umsetzung

Wie können Unternehmen Energie gemeinsam effizienter nutzen – und Kosten sparen? Dabei unterstützt das Förderprojekt ReNET-EV Unternehmen aus den Pilotgewerbegebieten Gronau-Ost und I-Park Bocholt.

📍 online

Anmeldung unter: 

24
SEP

14:30 Uhr - 18:30 Uhr
Tech Camp Campus Tour

Deutsche Unternehmen erleben an der Saxion Hogeschool moderne Labore, spannende Praxisprojekte und kommen direkt mit Experten ins Gespräch.

📍 Saxion Hogeschool, M.H. Tromplaan 28, 7513 AB Enschede

Anmeldung unter: 

25
SEP

09:00 Uhr - 12:00 Uhr
Zoll im Dialog: Drittlandsmärkte erfolgreich meistern

Überblick über die Zollsystematik und die Grundlagen der Import- und Exportverzollung

📍 Volksbank Coesfeld, Kupferstraße 28, 48653 Coesfeld

Anmeldung unter: 

29
SEP

11:00 Uhr - 12:00 Uhr
Ökoprofit: Infoveranstaltung zur neuen Runde

📍 online

Anmeldung unter: 

29
SEP

11:30 Uhr - 12:15 Uhr
Online-Impuls Fachkräftesicherung: Fördermöglichkeiten für Qualifizierung

📍 online

Anmeldung unter: 

01
OKT

14:00 Uhr - 18:00 Uhr
Offenes Forscherhaus

Die Forschermühle öffnet ihre Türen.

📍 Forschermühle, Burgstraße 3, 48703 Stadtlohn

Anmeldung unter: 

01
OKT

09:00 Uhr - 16:00 Uhr
Tagesworkshop

Steuer 1 x 1 und digitale Buchhaltung für Soloselbstständige

📍 WFG für den Kreis Borken, Erhardstr. 11, 48683 Ahaus

Anmeldung unter: 

02
OKT

09:00 Uhr - 14:00 Uhr
Offenes Forscherhaus

Die Forschermühle öffnet ihre Türen.

📍 Forschermühle, Burgstraße 3, 48703 Stadtlohn

Anmeldung unter: 

07
OKT

16:00 Uhr - 20:00 Uhr
Kick-off Interreg Familiebedrijven

Grenzüberschreitende Zusammenarbeit für Familienunternehmen in Deutschland und den Niederlanden.

📍 Grolsch Veste, Colosseum 65, Enschede

Anmeldung unter: 

08
OKT

14:00 Uhr - 18:00 Uhr
Offenes Forscherhaus

Die Forschergalerie in Epe öffnet ihre Türen.

📍 Gronau-Epe

Anmeldung unter: 

08
OKT

17:00 Uhr - 19:30 Uhr
Businessplan: Drehbuch einer erfolgreichen Gründung

Der Businessplan ist ein Fahrplan in die Selbstständigkeit, wie eine Geschäftsidee in die Tat umgesetzt werden soll.

📍 Ahaus

Anmeldung unter: 

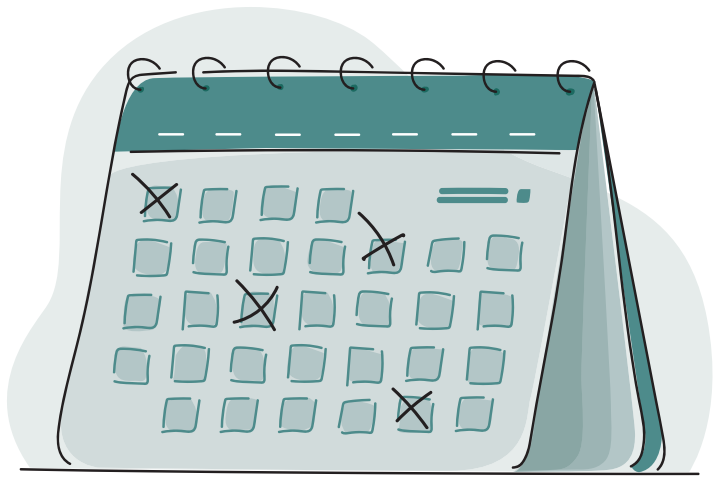
09
OKT

09:00 Uhr - 14:00 Uhr
Offenes Forscherhaus

Die Forschergalerie in Epe öffnet ihre Türen.

📍 Gronau-Epe

Anmeldung unter: 



13
OKT

09:30 Uhr - 12:00 Uhr
Workshop „Markterschließung Europa“

Ziel des Workshops ist es, voneinander zu lernen und neue Impulse für das eigene Auslandsgeschäft zu erhalten.

📍 Stadtlohn

Anmeldung unter:



13
NOV

09:00 Uhr - 10:00 Uhr
KI-Kompetenzpflicht: Schlüsselaspekte der Schulungspflicht für Unternehmen gemäß Art. 4 der EU KI-Verordnung

📍 online

Anmeldung unter:



14
OKT

09:00 Uhr - 10:00 Uhr
ReNET-EV: Vom Konzept zur Umsetzung - Daten, digitaler Zwilling und nächste Schritte

Wie können Unternehmen Energie gemeinsam effizienter nutzen – und Kosten sparen? Dabei unterstützt das Förderprojekt ReNET-EV Unternehmen aus den Pilotgewerbegebieten Gronau-Ost und I-Park Bocholt.

📍 Online

Anmeldung unter:



17
NOV

15:30 Uhr - 19:45 Uhr
GO! GründungsCAMP 2026

📍 d.velop, Gescher

Anmeldung unter:



17
NOV

10:00 Uhr - 11:30 Uhr
Sicherer Umgang mit KI – So schützen sich Unternehmen

📍 online

Anmeldung unter:



29
OKT

09:00 Uhr - 11:00 Uhr
Präsenz-Workshop: „KI-Telefonassistenten – Lösungen für den modernen Unternehmensalltag“

📍 WFG, Erhardstraße 11, 48683 Ahaus

Anmeldung unter:



19
NOV

16:00 Uhr - 19:00 Uhr
Reverse Pitch – Challenge accepted | Mittelstand trifft Start-ups

📍 maakwi campus, Gleisweg 12, 48619 Heek

Anmeldung unter:



05
NOV

Von Frauen für Frauen – Von der Idee zum eigenen Unternehmen

Talk mit einer Unternehmerin und Gründungstipps

📍 online

Anmeldung unter:



20
NOV

09:00 Uhr - 12:00 Uhr
Beschaffungsmarkt China: Chancen und Risiken

📍 Bresser GmbH, Gutenbergstraße 2, 46414 Rhede

Anmeldung unter:



12
NOV

09:00 Uhr - 12:30 Uhr
Workshopreihe Fokus KI: KI-Agenten im Betriebsalltag praxisnah einsetzen

📍 WESLINK Business Center, Goxel 33B, 48653 Coesfeld

Anmeldung unter:



24
NOV

09:00 Uhr - 16:00 Uhr
Tagesseminar: Die ersten Schritte in die Selbstständigkeit

📍 Ahaus

Anmeldung unter:



12
NOV

16:00 Uhr - 19:00 Uhr
FemIndustrie Dialog

Ein exklusives Netzwerk für führende Frauen im produzierenden Gewerbe aus dem Kreis Borken.

📍 Südlohn

Anmeldung unter:



26
NOV

09:00 Uhr - 14:00 Uhr
Sprechtag: Geschäftspartner im Ausland finden – Fördermöglichkeiten und Unterstützung für Unternehmen

📍 WFG, Erhardstraße 11, 48683 Ahaus

Anmeldung unter:



HEMKER

Elektrotechnik

- **Industrie-Service**
- **Elektro-Installation**
- **Gebäudetechnik**
- **Netzwerktechnik**
- **Industrie-Montage**
- **Beleuchtungstechnik**
- **Planung und Dokumentation**
- **Sicherheitstechnik**
Zertifiziert nach DIN 14675
für alle Phasen
 - Brandmeldeanlagen (BMA)
 - Sprachalarmanlagen (SAA)



Hemker Elektrotechnik GmbH
Stadtlöhner Straße 22
48683 Ahaus-Wülten
www.hemker-elektrotechnik.de

☎ (0 25 61) 687 629-0
info@hemker-elektrotechnik.de



Foto: Pfreundt

Material verwiegen und damit die Grundlage für eine gezielte Weiterverwertung schaffen – das will Pfreundt mit mobilen Wiegelösungen unterstützen.

KREISLAUFWIRTSCHAFT

Von Pflicht zu Chance

Dass Nachhaltigkeit nicht nur eine Antwort auf politische Vorgaben oder gesellschaftlichen Druck ist, sondern auch ein zentraler Treiber für Innovation und Wettbewerbsfähigkeit sein kann, zeigen verschiedene Unternehmen aus dem Kreis Borken. Sie gestalten diesen Prozess aktiv mit und entwickeln Lösungen, die Ressourcen schonen, Stoffkreisläufe schließen und zugleich wirtschaftliche Potenziale erschließen. Wie das in der Praxis aussieht, zeigen die folgenden Beispiele aus dem Kreis.

Insbesondere die Kreislaufwirtschaft eröffnet Perspektiven für zukunftsfähige Geschäftsmodelle. Statt linearer Wertschöpfungsketten rücken Stoffkreisläufe in den Fokus. Materialien werden wiederverwendet, Produkte neu gedacht und Wertschöpfung nachhaltig gesichert.

Eine funktionierende Kreislaufwirtschaft setzt voraus, dass Materialströme erfasst und Ressourcen effizient genutzt werden. Mit seinen mobilen Wiegelösungen unterstützt Pfreundt aus Südlohn Unternehmen dabei. Die digitalen Wiegesysteme des Unternehmens ermöglichen eine Verwiegung und Dokumentation von Stoffströmen, etwa wenn Bauschutt bei Baustellen abgeholt und mithilfe einer Absetzkipperwaage direkt vor Ort verwogen und abgerechnet wird, bevor das Material zur Aufbereitung und Verwertung weiter transportiert wird. So lassen sich Mengen und Materialströme erfassen und die Grundlage für eine gezielte Weiterverwertung schaffen.

Bei Altex in Gronau ist Kreislaufwirtschaft kein neues Thema, sondern seit mehr als 50 Jahren Teil des Geschäftsmodells. Das Familienunternehmen bereitet textile Reststoffe mechanisch und ohne den Einsatz von Chemikalien auf und verarbeitet sie zu Recyclingfasern und technischen Nadelmieseln. Die Produkte kommen unter anderem in der Automobilindustrie, im Bauwesen sowie in der Möbel- und Heimtextilbranche zum Einsatz. „Wir verstehen uns als Entwicklungspartner und Impulsgeber beim Recycling“, sagt Geschäftsführerin Dania Stienemann. „Wir wollen Materialien so entwickeln, dass sie ihre Funktion erfüllen und gleichzeitig am Ende ihres Lebenszyklus recycelbar sind.“ Altex entwickelt Lösungen, um textile Reststoffe wiederzuverwenden und

neue Einsatzmöglichkeiten für recycelte Materialien zu erschließen.

Ein weiteres Beispiel ist Dutz Recycling aus Borken. Das Familienunternehmen hat sein Geschäft um einen Re-Use-Bereich erweitert. Ausrangierte Elektrogeräte werden geprüft, gereinigt und repariert, bevor sie weiterverkauft werden. „Es gibt für uns nicht den einen Mehrwert. Wir verlängern die Nutzungsdauer von Produkten, schaffen sinnvolle Arbeitsplätze und entwickeln gleichzeitig ein wirtschaftlich tragfähiges Geschäftsfeld“, sagt Geschäftsführerin Sarah Dutz. In der Re-Use-Abteilung arbeiten auch Menschen mit Behinderung. Damit verbindet das Unternehmen Ressourcenschonung mit einem inklusiven Arbeitsansatz.

Damit Kreislaufwirtschaft in der Region weiter an Fahrt gewinnt, braucht es den Austausch zwischen Unternehmen. Genau hier setzt der Wertstoff-Connector des Projekts „Kreislaufwirtschaftsregion Münsterland“ an. Das KI-gestützte Tool bringt Unternehmen zusammen, die Wertstoffe, Reststoffe, Nebenprodukte oder freie Kapazitäten anbieten oder entsprechende Materialien und Kompetenzen suchen. Unternehmen sind eingeladen, ihr Profil anzulegen und sichtbar zu machen, welche Materialien, Kompetenzen oder Kooperationsmöglichkeiten sie einbringen können.

Mehr zum Wertstoff-Connector gibt es hier:



ANSPRECHPARTNER

Kathrin Bonhoff

✉ bonhoff@wfg-borken.de

☎ 02561 97999-42

Titelstory

MARKETING DER NEUE TAKT



BRANCHENBLICK

Zwischen KI und Vertrauen

Die Marketingwelt steht vor einem Paradigmenwechsel: Künstliche Intelligenz (KI) verändert im Eiltempo, wie Werbekampagnen und Unternehmenskommunikation gemacht werden und wie sie bei den Zielgruppen ankommen. Für Unternehmen reicht es längst nicht mehr, bei Google und Co. möglichst weit oben in der Trefferliste zu landen. Gefragt sind Inhalte, die nicht nur gefunden, sondern auch für glaubwürdig und relevant gehalten werden – von Kunden ebenso wie von KI-Systemen. Reichweite um jeden Preis verliert damit an Bedeutung. Vielmehr geht es darum, die richtigen Personen zu erreichen und zu überzeugen. Eine Chance für die Marketingbranche, ihre Kunden mit neuen Strategien zu beraten.

Die gegenwärtigen weltweiten Herausforderungen haben auch hierzulande Auswirkungen aufs Marketing: Budgets schrumpfen, der Wettbewerb nimmt zu und jeder investierte Euro sollte messbare Ergebnisse liefern – und das bitte schnell. Denn während Unternehmen noch überlegen, welche Werbekampagne wohl die richtige ist, verändert KI bereits die Spielregeln. Es stellt sich also die Frage: Wie geht schlaues, effizientes Marketing, das etwas fürs Geschäft bringt? Genau damit beschäftigen sich mehrere aktuelle Studien und Branchenumfragen.

Zum Beispiel das „Trendbarometer Industriekommunikation 2026“ des Bundesverbands Industrie Kommunikation (bvik). Das Fazit der Umfrage unter Industrie- und Agenturverantwortlichen: „Künstliche Intelligenz prägt alle relevanten Trends im B2B-Marketing.“ Gleichzeitig warnt der Verband davor, den Menschen aus dem Blick zu verlieren. Denn trotz aller technologischen Möglichkeiten lasse sich „ein vertrauensvolles Kundenverhältnis nicht vollständig durch KI-Algorithmen ersetzen“. Die Zahlen zeigen aber, wie stark KI inzwischen den Marketingalltag be-

einflusst. 86 Prozent der im Rahmen der bvik-Studie Befragten halten eine Optimierung für KI-Suchmaschinen für notwendig, weil Informationen zunehmend über digitale Assistenten recherchiert werden. Drei Viertel sehen in KI-gestützten, personalisierten Inhalten neue Chancen für den Vertrieb. Gleichzeitig erleben jedoch nur 53 Prozent der Unternehmen das Marketing als zentralen Treiber der Digitalisierung im Vertrieb. Studienbegleiter Prof. Dr. Seon-Su Kim spricht deshalb von einer „bemerkenswerten Lücke zwischen Vision und Umsetzung“ sowie von einer „Diskrepanz zwischen technologischem Fortschritt und menschlicher Kompetenz“. Demnach falle es vielen Unternehmen offenbar noch schwer, „KI insbesondere bei kostenintensiven Marketingmaßnahmen wie beispielsweise Messen wirksam einzusetzen“, so der Bundesverband zur Studie.

Ähnlich fällt das Bild in der Bitkom-Studie „Marketing im digitalen Wandel: Zwischen Effizienz, Automatisierung & Wettbewerb“ aus. Sie skizziert das Lagebild der Marketingpraxis in deutschen Unternehmen 2026. Demnach bleiben die Marketingbudgets mit durchschnittlich 4,1 Prozent des Umsatzes zwar weitgehend stabil. Der Wandel vollzieht sich jedoch weniger über höhere Investitionen als über Effizienz, Automatisierung und datengetriebenes

Arbeiten. 84 Prozent der befragten Unternehmen sehen laut Bitkom-Studie KI inzwischen als wichtigsten Einflussfaktor fürs Marketing. Gleichzeitig nennen 54 Prozent Kostendruck und die Automatisierung von Prozessen als größte interne Herausforderungen.

Dabei verschiebt sich auch der Fokus erfolgreicher Marketingarbeit. Im Mittelpunkt stehen laut Bitkom längst nicht mehr Imagekampagnen oder möglichst hohe Reichweiten, sondern konkrete Unternehmensziele: Neukundengewinnung (91 Prozent), Kundenbindung (89 Prozent) und der Aufbau von Vertrauen (87 Prozent) bestimmen die Marketingstrategien der Unternehmen. Digitale Instrumente wie CRM-Marketing (72 Prozent), um Kundenbeziehungen zu verwalten und zu verbessern, Social-Media-Marketing (62 Prozent) und Eventmarketing (60 Prozent) werden laut Studie am häufigsten eingesetzt.

Trotz aller Digitalisierung erlebt zugleich die persönliche Begegnung eine Renaissance. Messen, Veranstaltungen und hochwertige Printprodukte gewinnen im Marketing wieder an Bedeutung. Laut einer Umfrage der Association of National Advertisers – dem ältesten und größten US-amerikanischen Wirtschaftsverband der Werbe- und Marketingbranche – in Zusammenarbeit mit dem US-amerikanischen

Meinungsforschungsinstitut The Harris Poll planen 70 Prozent der Marketingexperten, 2026 stärker in physische Touchpoints zu investieren. Dieser Trend zeigt sich auch hierzulande. Erfolgreiches Marketing entsteht also im Zusammenspiel von digitalen und analogen Maßnahmen.

Für Unternehmen bedeutet das: Marketing wird zwar strategischer und datengetriebener, aber eben auch gleichzeitig menschlicher. KI entwickelt sich zum alltäglichen Werkzeug, ersetzt aber weder eine klare Positionierung noch eine glaubwürdige Kommunikation. Wer seine Zielgruppen kennt, Vertrauen aufbaut und Online- wie Offline-Kanäle sinnvoll miteinander verbindet, schafft die besten Voraussetzungen, um auch in einem zunehmend komplexen Marktumfeld sichtbar und wettbewerbsfähig zu bleiben.

Wie die Marketingexperten in unserer Region ihre Ideen unter diesen Rahmenbedingungen umsetzen, erfahren Sie in unserer Titelstory auf den folgenden Seiten.

Anja Wittenberg

LAGERVERKAUF – BÜROMÖBEL

hols-ab.de
LAGERVERKAUF BÜROMÖBEL

mwtext
Ihr Partner im Münsterland für
Mietberufskleidung
www.mwtext.de info@mwtext.de

Welche dieser Trends werden bis Ende 2027 den größten Einfluss auf die Budget- und Investitionsentscheidungen im Marketing Ihres Unternehmens haben?

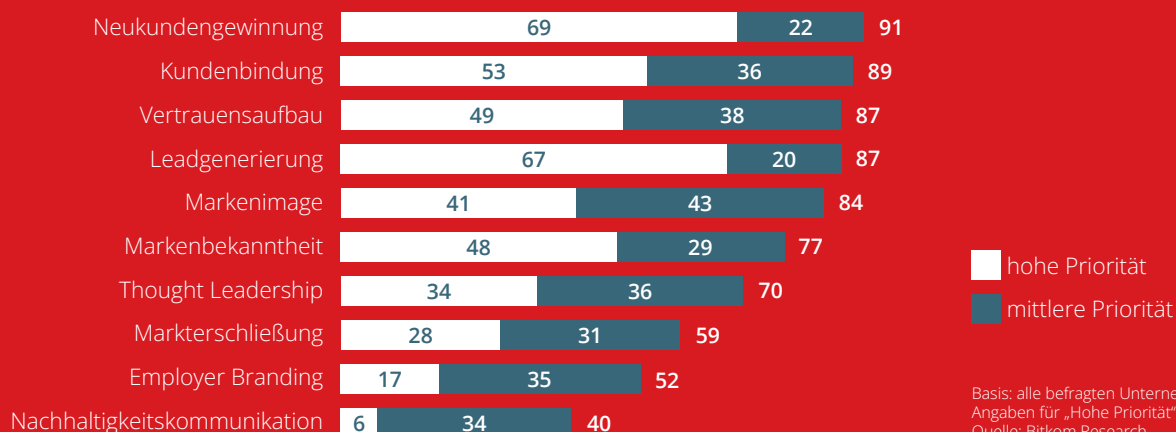


Wie verteilt sich das Marketingbudget Ihres Unternehmens auf die Marketingmaßnahmen?



Basis: alle befragten Unternehmen (n = 180) | Durchschnittswerte in Prozent | Nicht dargestellt: „Weiß nicht/keine Angabe“ | Quelle: Bitkom Research

Welche Priorität haben die folgenden Marketingziele aktuell für Ihr Unternehmen?



BAKERMAN | GRONAU

Auffallen allein reicht nicht

Ein Mann, der beherzt mit zugekniffenen Augen in eine Mini-Pinsa beißt. Eine Frau, die einen Würstchendog auf der Nase balanciert, ihn dann ganz locker auffängt und abbeißt. Ein Taste-Test des Teams für die neuen Kekssorten, bei dem alle mit vollem Mund ihr erstes Urteil spontan in die Kamera sprechen. Wer die Marketingkampagnen des Backwarenherstellers Bakerman sieht, der merkt schnell: Es geht um Snacks, um Menschen, um authentische Einblicke. „Am Ende kommunizieren immer Menschen mit Menschen“, sagt Aleksandra Reimann, Marketingleiterin bei dem Gronauer Unternehmen. Nach diesem Human-to-Human-Grundsatz richtet Bakerman seine Marketingstrategie konsequent aus. Mit einer guten Portion Humor, Mut zur Unvollkommenheit und sichtbar viel Spaß an der Sache.

Gerade im B2B-Geschäft sei es wichtig, nicht ausschließlich über Produkte und Qualität zu sprechen, sagt Reimann. Eine Marke müsse auch Persönlichkeit zeigen, um im Kopf zu bleiben. Bei Bakerman darf das durchaus auffallen. „Bakerman soll Spaß machen, unterhalten und eine klare Persönlichkeit haben. Eben wie ein Mensch. Schließlich ist das auch unsere Zielgruppe“, betont die Marketingleiterin des Gronauer Unternehmens. Kampagnen dürften deshalb überraschen und auch einmal aus dem Erwartbaren ausbrechen.

Dass die Marketingkampagnen „menscheln“, hat für Reimann noch einen weiteren Sinn: „Marketing und Employer Branding liegen eng beieinander. Eine starke, nahbare Marke sorgt für Wiedererkennung

und schafft Vertrauen – nach außen bei unseren Kunden und Geschäftspartnern, aber auch nach innen bei unseren Mitarbeitenden.“ Denn wer sich mit einer Marke identifizieren könne, könne diese auch glaubwürdiger nach außen tragen. Authentische Sprache, Humor und Inhalte, die zur Marke Bakerman passen – und das sind nun einmal vor allem süße und herzhaft Snacks –, sollen die Werte erlebbar machen. Entscheidend sei, dass Haltung, Tonalität und tatsächliches Handeln zusammenpassen. Erst dann entstehe Glaubwürdigkeit und nicht etwas, das sich nur wie klassische Werbung anfühle. „Wir möchten nicht sagen, wie wir sind, sondern es in unserer Kommunikation zeigen“, sagt Reimann.

Bei der Frage nach den richtigen Kanälen setzt Bakerman nicht auf ein Entweder-oder. Online – insbesondere Social Media – habe den Vorteil, schnell auf Trends reagieren zu können, Geschichten zu erzählen und viele Menschen

ortsunabhängig zu erreichen. Offline dagegen geht es um etwas, das digitale Kommunikation nur bedingt leisten kann: persönliche Begegnung. Messen, Kundentermine und Workshops sind für Bakerman gerade im B2B-Bereich relevant. „Dort entstehen Gespräche, Vertrauen und Nähe“, betont Reimann. Sie ergänzt: „Besonders stark wird Marketing für mich dann, wenn beides zusammenspielt und die Welten ineinandergreifen. Online kann Aufmerksamkeit erzeugen, die Customer Journey aber offline mit einem persönlichen und direkten Kundenkontakt besser fortgesetzt werden.“

Bei der Veröffentlichung von Content auf Social Media sind für die Marketingleiterin drei Fragen entscheidend: Passt der Inhalt zu Bakerman? Ist er für die Zielgruppe relevant? Und: Löst er etwas aus? Das könne Information sein, Inspiration oder Unterhaltung. „Wir veröffentlichen aber nicht, nur weil es ein Redaktionsplan vorgibt. Sondern

dann, wenn wir etwas zu erzählen haben oder weil ein Trend es hergibt“, stellt sie klar.

Dass auffällige Kommunikation bei Bakerman gewollt ist, zeigt sich auch an den Kampagnen und Produkten des Gronauer Unternehmens. Als Beispiele nennt Reimann mutige Messeauftritte, einen Weihnachts-Snack mit Rotkohl und Ente sowie Kooperationen mit bekannten Marken wie hitschies und effect Energy. Gerade in einer schnelllebigen Welt müssten Marken überraschen, inspirieren und auffallen. „Allerdings nicht um jeden Preis. Was Aufmerksamkeit erzeugt, muss zur eigenen Marke passen. Nicht jeder Trend ist für jede Marke geeignet“, betont sie.

Die Produkte selbst spielen dabei eine Rolle. Der gefüllte Pizza-Donut, der Pizza-Burger oder das Pistazien-Croissant sind Beispiele dafür, wie Bakerman versucht, Trends früh aufzugreifen. Das Pistazien-Croissant habe es direkt in die Top fünf nach Absatz geschafft.



FORESIGHT

ZEITWERTKONTEN & LEBENSARBEITSZEITMODELLE

WIR GEBEN ZEIT

WENN DU SIE BRAUCHST

Foresight GmbH | Wilhelmstraße 53 | 49808 Lingen
Tel.: 0591/13 28 20 90 | www.foresight.gmbh

WERDE AUCH DU EIN VORZEIGEARBEITGEBER!

Diese Unternehmen aus Deiner Region sind es schon:





Foto: Bakerman

Aleksandra Reimann verantwortet das Marketing bei dem Backwarenhersteller Bakerman.

Doch Reimann nennt noch einen anderen Erfolg, der sich deutlich schlechter in einer Excel-Tabelle abbilden lässt: persönliche Nähe. Auch hier gilt wieder der Human-to-Human-Ansatz. Handschriftliche Karten zu Geburtstagen, Namens-tagen, Hochzeiten, Nachwuchs oder Weihnachten seien keine klassische Marketingmaßnahme und ließen sich nur schwer in Leistungskennzahlen übersetzen. „Auffälliges Marketing schafft Aufmerksamkeit – ehrliche, persönliche Kommunikation schafft Bindung“, betont sie. Damit ist auch die Frage beant-

wortet, woran Reimann Marketing-erfolg misst. Wer im Marketing nur möglichst viele Menschen erreichen will, habe schon den ersten Fehler gemacht. Für Bakerman zählt vielmehr, wen eine Marke erreicht – und was danach passiert: Nachfrage, Gespräche, Wiedererkennung, Kundenbindung oder im besten Fall ein konkretes Geschäft. Gerade im B2B-Geschäft könne sich die Wirkung einer Kampagne zeitversetzt zeigen. Deshalb müsse man Zahlen und Resonanz im Markt gemeinsam betrachten. Denn eine starke Marke entsteht



Foto: Bakerman

Authentisch und humorvoll statt perfekte Hochglanzfotos – so sehen die Werbekampagnen für die Snacks bei Bakerman aus.

aus Sicht von Reimann nicht durch die eine spektakuläre Kampagne. „Sie entsteht über die Geschichte, die ein Unternehmen immer wieder erzählt – und darüber, ob diese Geschichte Menschen tatsächlich erreicht.“

Inspiration holt sich die Marketing-leiterin dabei praktisch überall: bei Marken, auf Social Media, auf Mes-sen, im Alltag und ganz bewusst auch außerhalb der eigenen Bran-che. „Eine große Rolle spielt für mich das Reisen: Andere Länder, Kulturen, Konzepte und Marken-welten verändern den Blick und

bringen neue Impulse. Gleichzeitig beschäftige ich mich viel damit, was unterschiedliche Generationen be-wegt, wie sie kommunizieren, kon-sumieren und welche Themen für sie relevant sind. Am Ende geht es für mich immer um die Frage: Was passt zu Bakerman und wie ma-chen wir etwas Eigenes daraus?“

■ Anja Wittenberg

LAGERVERKAUF – BÜROMÖBEL

 **hols-ab.de**
LAGERVERKAUF BÜROMÖBEL

IX
G R A F I X

Büro für
Kommunikation
und Design

nicht irgendein marketing.
dein marketing. 

TRAU DICH! WIR WISSEN, WAS WIR TUN

Denekamper Str. 6 | Nordhorn | info@ixgrafix.de | www.ixgrafix.de

DOPPELCLIC | NORDHORN

KI als Werkzeug, nicht Bedrohung

Andrea Luther beobachtet den Wandel der Marketingbranche seit mehr als vier Jahrzehnten und gestaltet ihn zugleich selbst mit. Wandel meint in diesem Fall Künstliche Intelligenz (KI) – und für die Geschäftsführerin der Agentur DoppelClic aus Nordhorn ist die KI längst Alltag. Ihren Einsatz versteht Luther deshalb nicht als kurzfristigen Trend, sondern als nächsten Schritt einer Entwicklung. Sie sagt: Unternehmen sollten sich frühzeitig mit den Möglichkeiten beschäftigen und Berührungsängste abbauen.

Seit 1984 führt Andrea Luther die Agentur DoppelClic. Mit dem insgesamt siebenköpfigen Team betreut sie vor allem kleine und mittlere Unternehmen, öffentliche Auftraggeber sowie Institutionen aus der Grafschaft Bentheim, dem Emsland, Teilen Westfalens und den benachbarten Niederlanden. Einzelne Kunden stammen auch aus anderen Regionen Deutschlands. Zum Kundenkreis gehören Handwerksbetriebe ebenso wie Versorgungsunternehmen, Kommunen oder kulturelle Einrichtungen, wie sie erklärt. Für diese Zielgruppe entwickelt die Agentur Corporate Designs, Printprodukte und digitale Kampagnen, begleitet Recruiting-Projekte und betreut Social-Media-Auftritte.

Luthers Weg in die Selbstständigkeit begann bereits während des Studiums. Nach ihrer Ausbildung zur grafischen Zeichnerin (heute Mediengestalterin) arbeitete sie zunächst in ihrem Ausbildungsbetrieb, bevor sie Kunst und Design mit dem Schwerpunkt Grafik- und Kommunikationsdesign in Hannover studierte. Parallel gewann sie aber schon erste Kunden in der Region: Für das Nordhorner Küchenzubehör-Unternehmen Naber war sie schon ganz früh aktiv, hinzu kamen Logos, Kataloge und Illustrationen für weitere Unternehmen. 1984 entschied sie sich schließlich für die Selbstständigkeit.

„Mit und an den Aufgaben wachsen, das war immer mein Antrieb“, sagt Luther rückblickend. Der technische Wandel habe ihre Arbeit daher von Anfang an begleitet. Während früher mit Bleistift und Zeichenbrett gearbeitet wurde, entstehen heute viele Inhalte vollständig digital, sagt sie. „Meine Idee war, dem Wettbewerb ein Stück voraus zu sein und technische Veränderungen nicht zu fürchten, sondern als Herausforderung zu verstehen.“

Besonders deutlich zeigt sich dieser Wandel derzeit beim Einsatz von KI. Die unterstütze die Agentur inzwischen in vielen Bereichen – etwa bei Recruiting-Kampagnen,

Datenschutz, Urheberrecht und weitere rechtliche Fragestellungen würden mit der steigenden Nutzung natürlich an Bedeutung gewinnen. „Nicht alles, was technisch möglich ist, ist auch sinnvoll oder rechtlich unproblematisch. Deshalb testen wir neue Anwendungen intensiv, bevor wir sie unseren Kunden empfehlen.“

Nach Luthers Einschätzung bestehen in Teilen der Branche nach wie vor Vorbehalte gegenüber Künstlicher Intelligenz. Sie selbst hält diese Zurückhaltung allerdings für wenig zielführend. „KI ersetzt natürlich keine Kreativität. Sie nimmt uns aber Routinen ab und schafft Freiräume für Ideen und

und sinnvoll zu nutzen. „Wir wollen unsere Kunden befähigen, sich an vielen Stellen selbst zu helfen. Das sehen wir nicht als Bedrohung unseres Geschäftsmodells, sondern als konsequente Weiterentwicklung.“

Weiterentwicklung gilt im weiteren Sinne auch für die Agentur selbst: Luther arbeitet bereits an einer Nachfolgelösung für den Fortbestand des Unternehmens. Denn dafür gibt es Bedarf – auch ganz analog. Trotz der Digitalisierung spielt nämlich das klassische Printgeschäft für DoppelClic weiterhin eine wichtige Rolle. Geschäftsberichte, Chroniken, Broschüren oder Produktkataloge gehören zum Portfolio und sind zuletzt sogar wieder stärker nachgefragt, wie Luther bemerkt hat. Parallel wächst aber auch der Anteil digitaler Kommunikationsprojekte kontinuierlich.

Für Luther steht dabei weniger die einzelne Disziplin als vielmehr die Qualität der Beratung im Mittelpunkt. „Dienstleistung bedeutet für mich Verlässlichkeit. Kunden müssen sich auf uns verlassen können.“ Dazu gehöre auch, Konzepte ehrlich und kritisch zu hinterfragen und nicht jede Idee ungeprüft umzusetzen. „Mir ist ein gutes Ergebnis für den Kunden wichtiger als ein schnelles Honorar.“

■ Carsten Schulte



Nicht alles, was technisch möglich ist, ist sinnvoll oder rechtlich unproblematisch.

Erklärvideos, Social-Media-Inhalten oder der Produktion von Imagefilmen. Auch für Videobotschaften und die Aufbereitung von Bildmaterial kommen KI-gestützte Anwendungen regelmäßig zum Einsatz. Projekte wie die Social-Media-Betreuung des Stadthafens Nordhorn verbinden klassische Filmaufnahmen, Interviews und Drohnenbilder mit KI-gestützter Weiterverarbeitung zu kurzen Videoformaten. „Heute geht fast nichts mehr aus unserer Agentur heraus, bei dem KI überhaupt keine Rolle gespielt hat“, sagt Luther. Gleichzeitig betont sie, dass der Einsatz neuer Technologien immer mit einer sorgfältigen Prüfung verbunden

strategisches Arbeiten.“ DoppelClic setzt nach eigenen Angaben inzwischen mehr als 50 verschiedene Anwendungen ein und bewertet kontinuierlich neue Werkzeuge. Gleichzeitig gehöre es zur Beratungsleistung, Kunden auch von Lösungen abzuraten, die keinen echten Mehrwert bieten.

Aus dieser Entwicklung soll nun ein weiteres Geschäftsfeld in den Fokus rücken. Künftig will die Agentur verstärkt Schulungen anbieten und Unternehmen dabei unterstützen, KI und digitale Werkzeuge eigenständig einzusetzen. Ziel sei es, Wissen zu vermitteln und Unternehmen in die Lage zu versetzen, neue Technologien sicher





*Das DoppelClic-Team
in Nordhorn*

MADEBYMATES | HAGEN ATW

Voller Fokus auf den Online-Handel

*Flaschenöffner, Schmuck, Bücher und Textilien. Und auch Piz-
zaöfen. Im Lager von FulfilledByMates, der auf Logistik und Be-
stellabwicklung spezialisierten Schwestergesellschaft von Ma-
deByMates, liegen ganz unterschiedliche Produkte. Der Grund
dafür: Der Unternehmensverbund übernimmt die Bestellabwick-
lung für Kunden im Bereich E-Commerce – und betreibt zugleich
selbst zwei Onlineshops. Der Fokus auf den Online-Handel ist für
MadeByMates Teil einer strategischen Entscheidung. Aus einer
klassischen Marketingagentur ist in den vergangenen Jahren ein
Anbieter geworden, der sich als Partner für das Komplettpaket
aus E-Commerce, Fulfillment und Marketing aufstellen will. Das
sei zukunftsfähiger als das klassische Agenturgeschäft, sagt Ge-
schäftsführer Christian Wagner.*



*Christian Wagner führt die Agentur seit 2022
gemeinsam mit seinem Bruder Bernd Wagner.*

MadeByMates wurde vor rund 20 Jahren im Münsterland gegründet, hat seit 2023 seinen Sitz in Hagen aTW. Seit 2022 führen die Brüder Christian Wagner und Bernd Wagner die Geschäfte der verbundenen Unternehmen mit insgesamt 20 bis 25 Mitarbeitenden. „Begonnen haben wir mit klassischen Kreativ- und Marketingleistungen“, schaut Christian Wagner heute zurück. „Doch seit der Pandemie haben wir unsere Strategie konsequent auf E-Commerce-Lösungen und Fulfillment ausgerichtet.“

Der Gedanke dahinter: Der Erfolg eines Onlineshops entscheide sich längst nicht mehr allein über Werbung oder ein ansprechendes Design, wie Wagner beschreibt. Vielmehr geht es um die gesamte Prozesskette – von der technischen Infrastruktur über automatisierte Abläufe bis hin zu Lagerhaltung,

Versand und Retourenmanagement. Wer im Online-Handel wachsen wolle, stoße häufig weniger beim Marketing als vielmehr bei den operativen Abläufen an Grenzen, so Wagner. Aufgabe sei es nun, herauszufinden, welche Prozesse ein Unternehmen tatsächlich benötigt, um nachhaltig wachsen zu können.

MadeByMates und FulfilledByMates richten sich dabei vor allem

Kunden suchen nun bewusst einen Partner, der mehrere bislang getrennte Aufgaben übernehme. „Statt verschiedene Dienstleister für Shop-System, Marketing, Lagerlogistik oder technische Schnittstellen zu koordinieren, sollen diese Bereiche gebündelt werden.“ So könnten sich die Unternehmen wieder stärker auf ihre eigentlichen Kernaufgaben wie Produktentwicklung, Einkauf oder Markenführung

zurückgreifen: Zum Unternehmensverbund gehören zwei selbst betriebene Onlineshops. Einer für den Bereich Uhren und Schmuck. Und ein zweiter als Lizenznehmer für Merchandising-Produkte des Bundesnachrichtendienstes (BND). „Den europaweit ausgeschriebenen Auftrag haben wir 2025 gemeinsam mit einer Bremer Agentur gewonnen“, berichtet Wagner. Jetzt gibt es im Shop allerlei Artikel mit BND-Aufdruck.

Die beiden Shops dienen zugleich als eine Art Reallabor, in dem Prozesse umgesetzt und im Tagesgeschäft getestet werden. Ein Beispiel dafür ist der Einsatz Künstlicher Intelligenz (KI) bei der Pflege von Produktdaten. „Um ein einzelnes Produkt anzulegen, brauchte es bisher 35 bis 45 Minuten“, sagt Wagner. „Dank KI-Unterstützung geht das jetzt binnen weniger Minuten.“ Erfahrungswerte wie diese fließen dann in die Arbeit für Kunden ein. Und in der kennt Wagner durchaus auch die Hürden. „Typisch ist, dass Unternehmen zwar digitale Prozesse etablieren möchten, diese



*Eigene Shops dienen
als eine Art Reallabor*

an Unternehmen im B2C-Bereich, die bereits erste Erfahrungen im E-Commerce gesammelt haben. „Viele unserer Kunden verfügen bereits über einen eigenen Onlineshop, stellen jedoch fest, dass mit steigenden Bestellzahlen auch die Anforderungen an Logistik, Automatisierung und Systemintegration wachsen“, so Wagner. Und diese

konzentrieren. „Andere Kunden wollen die Abwicklung auch mit Blick auf eine angespannte Personallage an einen Partner abgeben.“ Und als so ein Partner versteht sich der Unternehmensverbund rund um MadeByMates – und hat deshalb auch diesen Namen gewählt. Das Hager Team kann dabei übrigens auf Erfahrung aus erster Hand

LAGERVERKAUF – BÜROMÖBEL





Foto: MadeByMates

im Alltag aber immer wieder selbst unterbrechen. Ein Beispiel sind nachträgliche Änderungswünsche bei Bestellungen. Wird eine Lieferadresse per E-Mail geändert, muss ein automatisierter Pick-and-Pack-Prozess häufig manuell gestoppt und angepasst werden. Solche Eingriffe kosten Zeit und erhöhen die Fehleranfälligkeit.“

Hinzu kommen strategische Fragestellungen, die mit zunehmendem Wachstum entstehen: Wann lohnt sich der Aufbau eigener Logistikstrukturen? Ab welcher Versandmenge wird externe Unterstützung wirtschaftlicher? Welche Schnittstellen sind für zusätzliche Verkaufskanäle notwendig? Und wie lässt sich ein Lieferversprechen auch bei steigenden Bestellzahlen zuverlässig einhalten?

MadeByMates ist bundesweit tätig, begleitet allerdings durchaus auch internationale Unternehmen beim Einstieg in den deutschen Markt. Der Unternehmensstandort spielt aber noch eine ganz eigene Rolle: Nach dem Umzug von Ladbergen nach Hagen aTW im Jahr 2023 ste-

hen dem Unternehmensverbund dort rund 10.000 Quadratmeter Fläche zur Verfügung. Die Nähe zu Paketdienstleistern und Autobahn ermögliche späte Abholzeiten und kurze Reaktionszeiten im Versand – und das seien Faktoren, die für viele Kunden wichtiger seien als die räumliche Nähe zu einem Dienstleister, wie Wagner betont.

Mit Blick auf den Strukturwandel sagt Wagner: „Das klassische Agenturgeschäft verändert sich deutlich. Im Marketing sparen Unternehmen heute noch am ehesten, darauf stellen wir uns ein. Deshalb haben wir unser Geschäftsmodell konsequent weiterentwickelt und verbinden heute E-Commerce, Fulfillment und Marketing.“

■ Carsten Schulte


Ihr Partner im Münsterland für
Mietberufskleidung
www.mwtex.de info@mwtex.de

PRINT IST TOT!



Dino ist KI generiert

Aber Sie lesen gerade Print.

Wir machen Marken sichtbar – auf Papier, auf Verpackungen, im Laden und überall da, wo sie Menschen begegnen. Durchdacht, gut gestaltet und immer mit dem Blick fürs Ganze.

Print ist nicht tot.

Aber langweiliges Design vielleicht.

GRAFIK MIT SCHMACKES

02861 | 60 47 42
lisa@grafikmitschmackes.de
www.grafikmitschmackes.de

GRAFIK
MIT
Schmackes

DESIGNERSEITS | AHAUS

Strukturen für „Flummis“

Der erste Eindruck: energiegeladen, ideenreich, voller Tatendrang. Menschen, die ständig neue Ideen entwickeln, sich für vieles begeistern und oft mehrere Talente gleichzeitig mitbringen. Christina Winter nennt sie positiv augenzwinkernd „Flummis“. Was diesen Menschen bei aller Vielfältigkeit manchmal fehle, sei ein klarer Rahmen. „Sie wissen oft gar nicht, wie besonders sie eigentlich sind. Sie haben unglaublich viele Fähigkeiten, aber noch keine Struktur, wie alles miteinander kombiniert und als großes Ganzes in sich schlüssig sichtbar gemacht wird“, sagt die Inhaberin von Designerseits – Identitätsdesign aus Ahaus. Genau hier setzt sie mit ihrer Marken-Agentur an.

Logos, Farben oder Corporate Design stehen nicht sofort im Fokus, stattdessen sollen der Mensch selbst und seine Identität deutlich werden. Design als sichtbarer Ausdruck einer Persönlichkeit, nicht als Selbstzweck. Oder, wie sie selbst sagt: „Identität wird zum Unterschied.“

Bis zu diesem Geschäftsmodell war es allerdings ein längerer Weg. Winter erinnert sich: Nach dem Abitur im Jahr 2002 habe sie rund 50 Bewerbungen geschrieben, allerdings ohne Erfolg. Stattdessen absolvierte sie zunächst ein Jahrespraktikum bei der Agentur Team Meuter aus Gescher und anschließend eine Ausbildung zur Mediengestalterin Print & Web mit der Fachrichtung

Design. Nach Stationen in Werbeagenturen in Düsseldorf und Gelsenkirchen zog sie zurück ins Münsterland. Ihre eigene Agentur Designerseits hatte sie 2007 bereits im Nebenerwerb gegründet, 2013 folgte der Schritt in die vollständige Selbstständigkeit. Das allerdings noch mit einem anderen Fokus: In den Anfangsjahren arbeitete Winter als klassische Grafikdesignerin.

Logos, Flyer, Visitenkarten, Vereinsplakate oder Imagebroschüren, individuelle Hochzeitspapeterie – klassische Designarbeit eben.

Aber schon damals stand für sie weniger das Produkt als vielmehr die Persönlichkeit im Mittelpunkt. „Mich hat nie interessiert, einfach nur schöne Papeterie zu gestalten. Ich wollte immer die Geschichte der Menschen erzählen“, sagt sie. Einheitliche Lösungen seien ihr schon damals zu beliebig gewesen. Individualität und Storytelling, darum ging es.

Einen entscheidenden Entwicklungsschritt habe die Corona-Pandemie mit sich gebracht, wie sie heute sagt. Während dieser Zeit absolvierte Winter über zwei-

einhalb Jahre ein Business-Mentoring und stellte ihr Unternehmen strategisch neu auf. Aus der klassischen Designagentur entwickelte sich Schritt für Schritt ein Beratungsunternehmen, das Markenentwicklung mit Persönlichkeitsentwicklung verbindet. 2021 veröffentlichte sie ihr Mutmach-Buch „Frohes neues Ja“, 2022 gewann sie den Wettbewerb „Germany's Next Speaker Star“ und vertiefte ihre Kenntnisse als Rednerin zu den Themen Identität, Kreativität, Motivation, Personal & Corporate Branding.

Mit dieser eigenen Erfahrungsgeschichte begleitet Winter heute Existenzgründer, Selbstständige, Familienunternehmen, Handwerks-



Christina Winter will Menschen eine klare Identität in der Vielfalt bieten.

betriebe und mittelständische Unternehmen ebenso wie Politiker im Wahlkampf oder Speaker beim Markenaufbau. „Große Konzerne zählen bewusst nicht zu meiner Zielgruppe.“ Ihre Kunden stammen dabei aus der gesamten DACH-Region. Viele kommen über Empfehlungen oder weil sie Christina Winter bei Vorträgen erlebt haben. Netzwerken ist für sie selbst also eines der wichtigsten Marketing-instrumente. „Ich blühe im persönlichen Austausch auf. Menschen kaufen schließlich am Ende von Menschen“, sagt sie.

Diese Überzeugung prägt auch ihre Sicht auf modernes Marketing. Gerade in Zeiten Künstlicher Intelligenz (KI) sieht Winter die Gefahr wachsender Austauschbarkeit. „Es gibt heute alles in allen Farben und Formen. Viele Angebote unterscheiden sich kaum noch. Grafischer KI-Einheitsbrei. Und wenn nur noch Preis und Algorithmen entscheiden, wird es schwierig.“ Umso wichtiger werde es, den Menschen hinter einem Unternehmen sichtbar zu machen.

Deshalb beginnt ihre Arbeit selten mit einem Logo. Stattdessen geht es zunächst um Werte, Persönlichkeit und Positionierung. Viele Selbstständige würden ihre eigentlichen Stärken gar nicht erkennen oder sich im Laufe der Jahre zu stark an den Markt anpassen. „Viele behandeln Symptome. Sie investieren zuerst in Werbung oder Google Ads und fragen sich später, warum sie trotzdem nicht die richtigen Kunden erreichen.“

Zum Arbeitsalltag gehört deshalb weit mehr als Gestaltung. Win-

ter brieft Fotografen und begleitet Fotoshootings, berät bei der Kleiderwahl, schreibt Texte und gibt ihren Kunden Orientierung. „Meine größte Aufgabe ist heute nicht mehr das Corporate Design. Es geht darum, Menschen an die Hand zu nehmen.“ Gerade in der Phase des Markenaufbaus seien viele Unternehmer verunsichert. „KI kann Texte schreiben. Aber sie kann niemanden auffangen, motivieren oder auch einmal den nötigen Schubs geben.“

Dabei versteht sie Gestaltung ausdrücklich als Ergebnis eines längeren Prozesses. „Corporate Design ist für mich die Kirsche auf der Torte. Erst wenn die Identität klar ist, entsteht ein Auftritt, der wirklich passt.“ Trotz ihres Blicks auf Menschen ist Technologie kein Schreckgespenst: Anwendungen wie Canva oder KI nutzt sie selbst und vermittelt deren Einsatz auch ihren Kunden. Ihr Ziel sei es, Menschen unabhängig zu machen. „Ich möchte meine Kunden qualifizieren, damit sie später vieles selbst umsetzen können.“

Unterstützt wird ihre Beratungsleistung zusätzlich durch ihre Zertifizierung als BAFA-Beraterin. Dadurch sind viele ihrer Leistungen im Bereich Marken- und Identitätsentwicklung unter bestimmten Voraussetzungen mit bis zu 50 Prozent förderfähig. Auch das ist ein Argument für Menschen, die eine eigene und starke Marke und Gesicht entwickeln wollen. Gerade für „Flummis“.

■ Carsten Schulte



SICHTBARKEIT ENTSTEHT NICHT ZUFÄLLIG – SONDERN DURCH WORTE, DIE WIRKEN

LEISTUNGEN

- Websites & SEO • Social Media Content
- Pressearbeit & Storytelling • Employer Branding
- Redaktion & Content Formate

TEXTAKROBAT – WEIL GUTE WORTE DEN UNTERSCHIED MACHEN.

WWW.TEXTAKROBAT-PR.DE

TEXTAKROBAT – AGENTUR FÜR KOMMUNIKATION & PR

Meike Pruhs
Horstmannstraße 14
48432 Rheine

05459-5709957
0178-5132951
info@textakrobat-pr.de

pg | w

Planungsgruppe Wörmann GmbH
Ostbevern | Cottbus | Mannheim

www.pg-w.de

LAGERVERKAUF – BÜROMÖBEL



DCNXT
powered by DoppelClic

ALTER HASE. NEUE TRIX.

NXT Level Marketing
Print & Digital
Videos & Fotografie



DCNXT.DE 48527 Nordhorn T 05921 7269119 E contact@doppelclic.de



**Wir planen und bauen nicht nur Gebäude,
sondern erfolgreiche Betriebe.**

Schlüsselfertig

Festpreis

Bauzeitgarantie

Unsere Leistungen für Ihren Erfolg

- Unverbindliche Projektierung
- Architektenplanung und Entwurfsentwicklung
- Bauantrag und Genehmigungsplanung
- Ausführungsplanung
- Schlüsselfertigbau
- Übergabe und Gebäudemanagement



Beratung, Architektur, Planung und Bau
Alles aus einem Haus
borgers-bau.de

borgers



Der Hummer häutet sich, um zu wachsen. Sein Außenskelett ist so immer gerüstet für den nächsten Lebensabschnitt.

Eine erstklassige Instandhaltung – wie bei unserem Q-Vier-Prinzip.

Qualität bewegt. Heute und in Zukunft.

Qualität ist Auslöser und Ziel für jede unserer Entscheidungen – **seit 1946.**

Wir übernehmen Verantwortung – für Ihre Produkte, Ihre Produktionsanlagen und Ihre Antriebe. Mit über 100 Mitarbeitern – als größter Fachbetrieb für elektrische Antriebstechnik und Marktführer in der Region.

Erfahren Sie mehr über unser **Q-Vier-Prinzip**: www.lammers.de

Clemens Lammers GmbH & Co. KG

Offenbergweg 17 | D-48432 Rheine | Telefon: 05971 8011-0

E-Mail: info@lammers.de | Web: www.lammers.de



Foto: Kawentsmann

Mit einem gewachsenen Team richtet sich Kawentsmann an private und gewerbliche Kunden.

KAWENTSMANN | NOTTULN

Analoger und digitaler Mix

Ein Tisch stand am Anfang. Sechs Meter lang, ein Mix aus Holz und Stahlgestell, wuchtig. Eben ein richtiger „Kawentsmann“. Mit dem noch privaten Tischlerei-Projekt war die Vorlage für den Namen des gleichnamigen Unternehmens geboren, das heute von den Mitgründern Max Bayer-Eynck und Daniel Heitmann sowie Digital-Geschäftsführer Robin Antunovic geleitet wird und einen ungewöhnlichen Ansatz verfolgt. Das Trio verknüpft nämlich drei Geschäftsbereiche – Objekt- und Ladenbau für gewerbliche und private Kunden, E-Commerce und Gastronomie – und schafft Berührungspunkte, wo man eigentlich keine erwartet. Und das dient auch dem eigenen Marketing-Ansatz.

Im Kern geht es bei Kawentsmann um echtes Handwerk, aber nicht nur darum, ein paar Möbel zu bauen. „Es sollte von Beginn an mehr daraus entstehen“, beschreibt Antunovic die Entwicklung. Mitte Juli sitzt er an einem Tisch in einem Café an Münsters Spiekerhof und schaut in den Laden, wo an diesem heißen Sommertag Menschen sitzen und sich entspannen. Das „Kawentsmanns Café und Tagesbar“ ist seit Herbst 2025 der verlängerte

te Showroom des Unternehmens. Hier stammt praktisch alles aus den Händen des Kawentsmann-Teams. An den Wänden stehen Regale mit Wohnaccessoires, die andeuten, dass neben Kaffee und Kuchen auch andere Dinge zu haben sind. „Wobei unsere Gäste hier nicht in einem Verkaufsraum sitzen“, betont Antunovic. Preisschilder an Tischen und Stühlen gibt es daher nicht.

Mehr ist im Onlineshop zu entdecken. Das noch junge Unternehmen mit Sitz in Nottuln und Standorten in Münster entstand 2016, setzte von Beginn an auch auf E-Commerce, auch wenn das Thema zwischenzeitlich etwas nebenher

lief. Doch seit Antunovic' Einstieg 2024 wurde der Onlinevertrieb aktiv weiterentwickelt und vorangetrieben – und jetzt komplettiert das Café in Münsters Innenstadt das Portfolio. Ein perfektes Marketing-Match aus Sicht des Unternehmens: „Wir haben ja schon viel positives Feedback für unsere Möbel erhalten“, sagt Antunovic. „Aber nicht alle Kunden wollen etwas kaufen, ohne es vorher einmal gesehen zu haben.“ Der bisherige Showroom war allerdings nur nach Terminvereinbarung zu besichtigen. „Und da war dann auch ein gewisser Kaufdruck vorhanden.“ Das Café biete nun eine viel ungezwungenere Umgebung, wie er er-

gänzt. „Es ist ein Ort, um eine gute Zeit zu haben, aber zusätzlich ein Touchpoint für mögliche Kunden.“ Markenbranding ist das Ziel, jeder Tag bringt Kontakte und damit potenzielle Leads, wie Antunovic es formuliert. Fast subtil präsentiert Kawentsmann sich und sein Portfolio mit kleinen Aufstellern auf den Tischen. „In gewisser Weise machen wir hier das, was Kunden bisher vor allem aus unserem Onlineshop kennen, auch im realen Leben erlebbar.“

Dabei bleibe das Kerngeschäft ganz analog: „Handwerk ist unsere DNA, da liegen unsere Wurzeln“, sagt Antunovic. Objekt- und Ladenbau, Einbauschränke, Küchen,

LAGERVERKAUF – BÜROMÖBEL

hols-ab.de
LAGERVERKAUF BÜROMÖBEL



Foto: Kawentsmann

Das „Kawentsmanns Café und Tagesbar“ in Münster dient als Entspannungsort – und Showroom für die eigenen Produkte zugleich.



Foto: Kawentsmann

Wertige Objekteinrichtung steht bei Kawentsmann im Fokus: Aus Metall und Holz werden Wohnideen realisiert.

komplette Einrichtungskonzepte für den B2B-Bereich, auch mal für anspruchsvolle Privatprojekte. Das alles findet in der Tischlerei mit eigener Schlosserei statt. Für Stuhl- und Tischbeine aus Stahl arbeitet Kawentsmann mit einem Pulverbeschichter in Nottuln zusammen, alles andere entsteht im Unternehmen selbst. Und aus all dem soll noch „mehr“ entstehen. Was möglich sein kann, spürte Kawentsmann schon vor einigen Jahren. Da war Mitgründer Max Bayer-Eynck Teil der DMAX-Serie „Männer(t)räume“. Das brachte Aufmerksamkeit und schärfte auch innerhalb des damals noch jungen Unternehmens die Sinne. Mit einem mittlerweile etablierten Geschäftsmodell geht es jetzt an eine Skalierung. „Wir stehen in vielen Bereichen noch am Anfang, aber die Weichen sind gestellt“, glaubt Antunovic. „Vielleicht wachsen wir

auch noch in neue Geschäftsbe-
reiche?“

Genau auf dieses Ziel soll auch das Café in Münster einzahlen: Es werde der eigene Auftrag sein, mögliche Kunden immer wieder im „Marketing-Funnel“, dem Verkaufstrichter zwischen dem ers-

ten. Um das zu erreichen, könnte beispielsweise helfen, das eigene Gastro-Konzept mit dem Café auch auf andere Städte zu übertragen. „Warum nicht?“, lautet die eher rhetorische Frage.

Einige der Pläne wurden schon umgesetzt, wie Antunovic sagt:



*Das Café ist ein wichtiger Mosaikstein,
weil Menschen sich daran erinnern.*

ten Kontakt und der endgültigen Kaufentscheidung, anzusprechen. „Das Café ist dabei ein wichtiger Mosaikstein, weil Menschen sich daran erinnern.“ Und genau das ist ein wichtiger Punkt: Wer beispielsweise Esstische für sein eigenes Gastronomieprojekt sucht, sollte Kawentsmann idealerweise ken-

Gutscheine beispielsweise. Wer sie im Café kauft, kann sie direkt vor Ort oder später online einlösen. Oder umgekehrt: Vielleicht ist ja auch eine eigene App denkbar, in der eine virtuelle Stempelkarte hinterlegt wird, um im Onlineshop Punkte zu sammeln, die dann in Café eingelöst werden können?

„Wir müssen schrittweise schauen, was wir tun. Aber wir haben bisher vielleicht erst 30 Prozent unserer Möglichkeiten ausgeschöpft.“

Dass Digitalisierung in diesem Gesamtkonstrukt eine große Rolle spielt, sagt Antunovic auch. Das Unternehmen liefert seine Möbel selbst aus. Dafür nutzt das Team eine etablierte Shop-Software und wickelt seine Tourenplanung mit KI-Unterstützung ab. Antunovic betont: „KI hat viele unserer Prozesse vereinfacht, auch bei der Produktpräsentation im Internet.“ Analog und digital. Das muss kein Widerspruch sein und das Café am Spiekerhof ist der sichtbare Beweis.

■ Carsten Schulte


Ihr Partner im Münsterland für
Mietberufskleidung
www.mwtex.de info@mwtex.de

WWWEVERS | DÜLMEN

„Marketingentscheidungen nach Bauchgefühl kann sich keiner leisten“

Wer gute Arbeit macht, wird schon gefunden. „Das ist aktuell der größte Irrtum“, sagt Marius Wewers. Der Geschäftsführer der Agentur WWWEWERS aus Dülmen spricht da aus Erfahrung. Mit seinem Team aus zehn Mitarbeitern betreut er heute kleine und mittelständische Unternehmen bei ihren Marketingaktivitäten. Mit Künstlicher Intelligenz (KI) als Sparringspartner, mit klar definierten Zielgruppen und mit einer Überzeugung: Die Homepage des Kunden soll das Herzstück sein, denn dort wird digitale Sichtbarkeit hergestellt und deshalb müssen alle Marketingmaßnahmen auf dieses Ziel einzahlen.

Als Marius Wewers sich vor ein paar Jahren selbstständig gemacht hat, brachte er Erfahrungen aus einer Agentur in Düsseldorf mit zurück ins Münsterland. Der gebürtige Dülmener gründete WWWEWERS mit dem Ziel, Unternehmen dabei zu unterstützen, vor allem online neue Kunden und Mitarbeitende zu gewinnen. Deshalb auch das „WWW“ im Namen. Heute begleitet die Agentur über 120 Kunden aus verschiedenen Branchen – vom lokalen Handwerksbetrieb bis zum internationalen Industrieunternehmen. „Wir haben uns auf die zwei größten Engpässe im Mittelstand spezialisiert – Kunden gewinnen und Mitarbeitende gewinnen. Und weil wir das quer durch die Branchen machen, lernt jede Branche von der anderen“, sagt Wewers. Dieser Blick über Branchengrenzen prägt auch seine Sicht aufs Marketing. Für ihn beginnt eine Kampagne nicht mit der Frage nach dem richtigen Kanal, sondern immer mit einer anderen: Wer ist die Zielgruppe? „Es gibt nicht den einen, idealen Kanal“, betont Wewers. Entscheidend sei vielmehr, das Ziel und die Menschen, die ein Unternehmen mit der Marketingmaßnahme erreichen möchte, klar zu definieren. Wenn das gelingt, lässt sich besser entscheiden, auf welchen Kanälen Präsenz gezeigt wird. Zum Beispiel mit Google, LinkedIn und klassischer Print-Werbung fürs B2B-Geschäft,

Instagram und TikTok für die Azubi-Suche. Reichweite allein sei dabei kein Erfolgsmaßstab. „Lieber die richtigen zehn Menschen erreichen als 100.000, die niemals Kunden werden“, macht Wewers deutlich. Der wohl größte Denkfehler vieler Unternehmer aus Sicht des Marketingexperten: „Wer gute Arbeit macht, wird schon gefunden.“ Empfehlungsmarketing sei zwar nach wie vor eines der wichtigsten Instrumente, weil es auf Vertrauen basiere. Doch das Informationsverhalten hat sich verändert. „Unternehmen müssen heute auch digital sichtbar sein. Dazu gehören ein gepflegtes Profil

„Wewers verweist aber noch auf einen anderen Punkt: Gerade in Zeiten von KI wird eine gut strukturierte Website immer wichtiger. Blog-Einträge, Videos, Fotos und Erklärungen von Produkten und Dienstleistungen werden von KI-Systemen als Informationsquelle genutzt. Umso verständlicher eine Homepage aufbereitet ist, desto besser kann KI sie „auslesen“ und in ihren Antworten entsprechend berücksichtigen. Dass auch kleine Marketingbudgets große Wirkung erzielen können, erlebt die Agentur regelmäßig. Voraussetzung sei allerdings Mut. Zum Beispiel, um authentische Einblicke

dia, die Verweildauer auf der Website. Spezielle Trackingsysteme im Backend der Website können zum Beispiel scannen, wer sich wie lange mit welchen Inhalten beschäftigt hat. „Diese Erkenntnisse sind wichtig. Marketing muss sich messen lassen. Marketingentscheidungen nach Bauchgefühl kann sich heute keiner mehr leisten. Im Unterschied zur klassischen Werbung kann heute nahezu jeder investierte Euro nachvollzogen werden – etwa über eben solche Websitebesuche, über generierte Anfragen oder Verkäufe“, weiß Wewers.

Für den Agenturchef ist die Diskussion, ob Online- oder Offline-Marketing besser funktioniert, aber wenig zielführend. Denn auch hier ist wieder entscheidend: Wer ist die Zielgruppe und wo tummelt sie sich? Davon abhängig können Offline-Maßnahmen wie Printanzeigen, Flyer oder Messeauftritte weiterhin sehr wirkungsvoll sein. Ein Beispiel: Für einen Kunden, der Energiespeichersysteme anbietet, wollte WWWEWERS Landwirte erreichen – eine Zielgruppe, die man weder über LinkedIn noch über TikTok gewinnt. Die Lösung: ein Flyer, eingelegt im „Wochenblatt für Landwirtschaft und Landleben“, dem Branchenmagazin, das genau diese Zielgruppe liest. Über einen QR-Code gelangte man auf eine Landingpage, auf der sich die Landwirte informieren und direkt ihre Anfrage stellen konnten. „So wird aus einer klassischen Printbeilage eine messbare Kampagne“, erklärt Wewers. „Wir sehen genau, wie viele Menschen den Code gescannt, die Seite besucht und ange-



Unternehmenswebsite als 24/7-Vertriebler

bei Google, authentische Einblicke in den Arbeitsalltag über Social Media, Suchmaschinenwerbung und vor allem eine professionelle Website“, zählt der Agenturinhaber auf. Die Unternehmenswebsite versteht er daher als wichtigsten Anker jeder Marketingstrategie. „Die Website ist immer der Hub. Da läuft alles zusammen. Da informiert man sich als erstes.“ Sie sei längst nicht mehr nur eine digitale Visitenkarte oder ein Schaufenster. Sondern: „Die Unternehmenswebsite ist faktisch ein Vertriebler, der rund um die Uhr arbeitet. Dort sind die wichtigsten Daten des Unternehmens hinterlegt, Interessenten können sich über die Produkte und Dienstleistungen informieren sowie Anfragen stel-

auf Social Media zu geben. „Gerade kurze, einfache Videos der Mitarbeitenden aus dem Arbeitsalltag können enorme Reichweiten erzielen. Und zahlen vielmehr auf die Authentizität ein als ein teurer Imagefilm. Ein Smartphone als Werkzeug hat mittlerweile jeder in der Hosentasche“, so Wewers. Dabei geht es weniger um Perfektion als vielmehr um Glaubwürdigkeit. Und auch nicht um Likes oder Aufrufe, wie der Agenturleiter klarstellt. „Ein Video mit Millionen Klicks ist zwar fürs eigene Gefühl ganz schön, aber letztendlich wertlos, wenn daraus keine Anfragen entstehen“, stellt er klar. Relevant seien vielmehr Kennzahlen wie qualifizierte Kontakte, Bewerbungen, Anfragen über Social Me-

LAGERVERKAUF – BÜROMÖBEL





*Lieber die richtigen
zehn Menschen erreichen
als 100.000, die niemals
Kunden werden.*

fragt haben – jeder investierte Euro ist nachvollziehbar.“

Gleichzeitig können Unternehmen digitales Marketing, wie beispielsweise Social Media oder Newsletter nutzen, um Besucher bereits vor einer Messe gezielt anzusprechen. Marketing sei deshalb keine Entweder-oder-Entscheidung, sondern das Zusammenspiel verschiedener Maßnahmen.

Dass dazu auch die KI als Mitspieler gehört, davon ist Wewers überzeugt. „KI ist kein Ersatz für Marketingagenturen. Sie ist ein Tempobeschleuniger. Sie macht uns schneller.“ Neben klassischem Online-Marketing unterstützt WWWEWERS mit der eigenen „KI-Werkstatt“ Unternehmen inzwischen dabei, Prozesse mithilfe von KI zu optimieren. Recherchen, Textimpulse, Bildbearbeitung oder Datenauswertungen können so deutlich effizienter erfolgen. Die Kunden könnten viele Aufgaben künftig selbst übernehmen. Eine Kannibalisierung der eigenen Leistungen sieht Wewers darin nicht. „Uns geht es vielmehr darum, unsere Kunden zu befähigen, Prozesse besser zu verstehen und sinnvoll zu automatisieren. Besonders da, wo personelle Kapazitäten knapp sind. So können auch wir mit unseren Marketingmaßnahmen besser ansetzen“, betont er. Die strategischen Entscheidungen bleiben Aufgabe des Menschen. „KI liefert Wahrscheinlichkeiten und Vorschläge, übernimmt aber keine Verantwortung für Positionierung, Markenführung oder Kommunikation.“

■ Anja Wittenberg



Foto: WWWEWERS GmbH



Marius Wewers,
Geschäftsführer Agentur WWWEWERS

UNTERNEHMEN ÜBER DIE GRENZE HINAUS

Erfolgreiche Geschäfte in den Niederlanden beginnen mit einer gründlichen Vorbereitung.

Für Ihren Erfolg in den Niederlanden stehen Ihnen unsere deutschsprachenden Spezialisten mit Rat und Tat zur Seite. Wir unterstützen Sie bei Ihrem Start oder der Ausweitung auf den niederländischen Markt auf dem Gebiet der Steuerberatung und Wirtschaftsprüfung.



Mehr information? Setzen Sie sich unverbindlich mit den Steuerberatern von Moore MKW in Verbindung

✉ Germandesk-kw@moore-mkw.nl
☎ 0031 541 530 666
moore-mkw.nl

▷ Wirtschaftsprüfer
Steuerberater

Borgers realisiert neue Firmenzentrale für MSL

Anzeige

Was als Suche nach einer größeren Werkstatt begann, wurde für die MSL Mobile Fahrstrasse GmbH zur Vision eines neuen Unternehmensstandorts: Auf dem Gelände des ehemaligen Kalksandsteinwerks an der Grenze zwischen Bocholt und Rhede entsteht eine moderne Firmenzentrale, die künftig Verwaltung, Werkstatt, Lager und Fuhrpark vereint.

Aufgrund des starken Wachstums stieß MSL mit der bisherigen Infrastruktur an räumliche Grenzen. Der neue Standort schafft nun die Grundlage für die weitere Unternehmensentwicklung.

Am 22. April 2026 erfolgte der erste Spatenstich für den rund 4.300 m² großen Neubau. Als Generalunternehmen begleitet Borgers das Projekt ganzheitlich – vom ersten Entwurf über die Planung bis zur schlüsselfertigen Erstellung.

Der dreigeschossige Gebäudekomplex mit rund 120 m Länge verbindet moderne Arbeitswelten mit den Anforderungen eines technischen Unternehmens. Neben Büroflächen entstehen eine Lkw-Werkstatt mit Prüfspur, eine Schweißhalle, Lagerbereiche sowie moderne Sozial- und Aufenthaltsbereiche.

Auch architektonisch setzt der Neubau Maßstäbe: Großzügige Glasflächen und eine Fassade in Stahl-Optik greifen die Kernkompetenz von MSL auf und verleihen dem Gebäude eine markante Identität. Ein begrüntes Dach sowie eine besondere Beleuchtung sorgen dafür, dass die neue Firmenzentrale auch außerhalb der Betriebszeiten sichtbar bleibt.

„Aus einer Werkstatt wurde eine Vision“ – mit diesem Leitgedanken beschreibt MSL die Entwicklung vom ursprünglichen Werkstattbedarf hin zur zukunftsorientierten Firmenzentrale. Gemeinsam mit Borgers wird diese Vision nun Realität.



Die MSL-Firmenzentrale
digital erkunden:



Als Generalunternehmen übernimmt Borgers die Verantwortung für alle Projektphasen: Dank eigener Architektur- und Planungsabteilung, erfahrener Projektteams und eigener Bautrupps entstehen individuelle Lösungen für den Industrie- und Gewerbebau – mit Festpreis und Bauzeitgarantie.

GEO-STRATEGIE

Autorität schlägt Keywords

Marketing und Unternehmenskommunikation müssen heute, in Zeiten von Künstlicher Intelligenz (KI), auf GEO (Generative Engine Optimization) statt SEO (Search Engine Optimization) setzen. Im Klartext: Anstatt Inhalte suchmaschinenoptimiert mit Keywords zu versehen, müssen sie nun so aufbereitet sein, dass KI-basierte Suchmaschinen und Chatbots wie ChatGPT, Google Gemini oder Google AI Overviews diese verstehen, zitieren und in ihren generierten Antworten anzeigen. Die KI priorisiert dabei Content aus autoritativen Quellen, darunter auch Medien mit hoher Relevanz. Das erläutert Professor Dr. Markus Kiefer in seiner Kolumne für Wirtschaft aktuell. Kiefer war langjährig Professor an der FOM Hochschule mit Schwerpunkt Unternehmens- und Wirtschaftskommunikation. Heute nimmt er Lehraufträge an unterschiedlichen Hochschulen und in Akademien wahr.

GEO optimiert Content, damit er für KI-Systeme relevant ist. Denn moderne KI filtert Informationen nicht mehr nach Keywords, sondern synthetisiert Antworten und zitiert Quellen. Im Gegensatz dazu sorgt SEO dafür, dass Inhalte so optimiert werden, dass sie in Suchmaschinen möglichst weit oben platziert und dem User somit als erstes angezeigt werden.

Klassische SEO-Agents ranken Inhalte auch weiterhin. Aber KI-Engines bevorzugen E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) aus vertrauenswürdigen Medien, wie zum Beispiel „Handelsblatt“ oder „FAZ“. Auch mittelständische Unternehmen gewinnen so an Reichweite in KI-Antworten, wenn sie in solchen Medien thematisiert werden.

Eine GEO-Strategie fürs Marketing und die Unternehmenskommunikation aufzubauen, ist also empfehlenswert. Und dennoch gibt es auf unternehmerischer Seite drei häufige Gegenargumente, die dabei bedacht werden sollten.

GEGENARGUMENT 1: WIR SIND ZU UNBEDEUTEND FÜR A-MEDIEN.

„Wir sind zu klein für Handelsblatt oder WirtschaftsWoche.“ So könnte die Erstreaktion mancher Unternehmerin oder manches Unternehmers sein. Falsch! „Earned Media“, also die externe Wahrnehmung und Berichterstattung über Unternehmen und Organisationen, dominiert KI-Zitationen. Lokale IHK-Magazine, Plattformen von regionalen Wirtschaftsförderungen oder regionale Printpublikationen wie „Wirtschaft aktuell“, Podcasts mit starker lokaler Basis, ein redaktioneller Artikel auf der Website oder eine lokale Radiostation sind bereits effektive Einstiege. Digitale Plattformen bauen so Autorität ohne Millionenbudget.

GEGENARGUMENT 2: SEO MACHT DAS DOCH SCHON.

Viele sagen: „SEO erledigt das bereits.“

Im Prinzip nicht falsch – aber GEO ist die Weiterentwicklung: Während SEO auf Klicks abzielt, geht GEO auf Zitationen in KI-Zusammenfassungen ein. Bei vielen Usern ist das ja schon das Einzige, was sie nach Google- oder anderen Internet-Anfragen überhaupt noch wahrnehmen und lesen. SEO rankt Seiten von Unternehmen, GEO lässt Unternehmen als Quelle in Premium-Antworten erscheinen. Der Unterschied: Autorität schlägt Keywords.

GEGENARGUMENT 3: GEO IST DOCH CONTENT- MARKETING 2.0.

Der dritte Einwand könnte lauten, das wir alles schon kennen: „Hört sich nach Content-Marketing an – alter Wein in neuen Schläuchen?“ Falsch! Content-Marketing war Modetrend für Eigen-Content auf unternehmenseigenen Kanälen. GEO zwingt zu externer Autorität durch Medienplatzierung. KI ignoriert die Website von Unternehmen, wenn sie nicht extern von relevanten Quellen zitiert wird. Content-Marketing blieb oft intern, GEO erfordert Earned Media-Strategien. Das bedeutet: Das Angebotene muss so gehaltvoll sein, dass es durch primär journalistische Auswahlkriterien und Qualitätsfilter durchkommt.

BEISPIELE

Was bedeutet das für die Kommunikatoren auf Unternehmensseite? Content sollte als Gastbeitrag, Exklusiv-Interview oder Expertenzitat angeboten werden: Präzise Daten („Unsere Umfrage: 68 Prozent der Mittelständler scheitern an KI-Kommunikation“) und radikale Ak-

tualität sind Schlüssel. Digitale A-Medien wie WiWo.de, Branchenportale, LinkedIn-Accounts von Influencern oder Plattformen zählen ebenso wie Fachmagazine. Auch Storytelling eignet sich hervorragend: Kreative Produktwerbung, die dann redaktionell aufgegriffen wird, Exklusiv-Interviews mit Geschäftsführern oder Berichte über möglichst unterhaltsame Unternehmensereignisse laden Medien zum Mitnehmen ein.

FAZIT

Marketing und Unternehmenskommunikation müssen Hand in Hand arbeiten – verzahnt, integriert, aufeinander verweisend, Bälle aufnehmend. Marketing liefert datenreiche Storys und Kampagnenideen, PR pitcht sie gezielt in Medien. Diese, zugegeben grobe Handreichung ist eine Momentaufnahme. GEO ist in einem ebenso dynamisch-rasanten Entwicklungsprozess wie die intelligenten Sprachmodelle selbst. Aber hier wäre Abwarten kein guter Rat. Praktiker sollten GEO nicht als Bedrohung, sondern als eine sportliche Herausforderung ihrer professionellen Kreativität annehmen.



**PROFESSOR
DR. MARKUS KIEFER**

LAGERVERKAUF – BÜROMÖBEL



KÜNDIGUNG

Einwurf-Einschreiben reicht nicht mehr

Ein Einwurf-Einschreiben stellt keinen beweissicheren Nachweis für den Zugang einer Sendung mehr dar. Das hat das Bundesarbeitsgericht mit Urteil vom 7. Mai 2026 (AZ: 2 AZR 184/25) entschieden. Dieser Richterspruch besitzt Signalwirkung – insbesondere für Arbeitgeber, die bisher das Einwurf-Einschreiben gerne zum Nachweis des Zugangs einer Kündigung gegenüber einem Arbeitnehmer genutzt haben. Das Bundesarbeitsgericht hat diese Vorgehensweise nunmehr gekippt. Arbeitgeber sollten ihre Zustellungspraxis jetzt prüfen und auf rechtssichere Alternativen setzen. Warum und wie, erklärt Steuerberater und Rechtsanwalt Berthold Brombach von der Heisterborg Steuerberatungsgesellschaft in Stadtlohn für Wirtschaft aktuell.

Um Kündigungen an Arbeitnehmer rechtssicher zuzustellen, diente Arbeitgebern das Einwurf-Einschreiben lange Zeit als praktikabler Weg. Die Vorlage des Einlieferungsbelegs zusammen mit der Reproduktion des Auslieferungsbelegs – damit konnten sie vor den Arbeitsgerichten regelmäßig einen Anscheinsbeweis für den Zugang begründen. Der Empfänger hatte dann die Möglichkeit, diesen durch einen substantiierten Gegenvortrag zu erschüttern. Voraussetzung war nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs: Das damals übliche Zustellverfahren

war eingehalten worden. Der Postangestellte zog unmittelbar vor dem Einwurf das sogenannte „Peel-off-Label“ (Abziehticket) von der Sendung ab, klebte es auf den Auslieferungsbeleg und bestätigte die Zustellung mit seiner Unterschrift und der Datumsangabe.

Das Zustellverfahren ist jedoch im Zeitalter der modernen Datenkommunikation modernisiert worden. Das Bundesarbeitsgericht hat durch sein Urteil der Wirkung des Einwurf-Einschreibens als Anscheinsbeweis für den Zugang nunmehr einen Riegel vorgeschoben.

betrieblichen Eingliederungsmanagement ein. Der Arbeitnehmer bestritt jedoch den Zugang dieser Einladung. Der Arbeitgeber legte den Einlieferungsbeleg sowie die Reproduktion des Zustellbelegs der Deutschen Post vor und berief sich auf einen Anscheinsbeweis für den Zugang. Bereits das Arbeitsgericht Hamburg und das Landesarbeitsgericht Hamburg hatten entschieden: Bei dem heute von der Deutschen Post praktizierten Verfahren für Einwurf-Einschreiben besteht kein Anscheinsbeweis für den tatsächlichen Zugang der Sendung beim Empfänger. Das Bundesarbeitsgericht hat dies durch sein Urteil vom 7. Mai 2026 bestätigt und die Revision des beklagten Arbeitgebers zurückgewiesen.

LAGERVERKAUF – BÜROMÖBEL



DER STREITFALL

Im Streitfall kündigte ein Arbeitgeber einem seit 2015 beschäftigten Mitarbeiter krankheitsbedingt, der über Jahre hinweg wiederholt kurzzeitig arbeitsunfähig war. Vor Ausspruch der Kündigung lud der Arbeitgeber den Arbeitnehmer per Einwurf-Einschreiben erneut zur Teilnahme am

DIE ENTSCHEIDUNG

Begründung der Urteile: Es fehle an einem hinreichend typischen Geschehensablauf. Die korrekte Zustellung hänge heute von der individuellen

Läuft besser. Mit System.

odoo

 **hucke media**
ERP. E-COMMERCE. CONSULTING.

**Wir digitalisieren den Mittelstand im Münsterland,
und überall dort, wo Wachstum System braucht.**



Alles in einem.

Mit Odoo verbinden Sie Vertrieb, Lager und Buchhaltung in einem System.



Viele Apps – ein Ablauf.

CRM, Fertigung, Lager, Projekte, Buchhaltung und mehr – nahtlos verbunden.



Persönlich vor Ort.

Ihr Odoo-Partner mit kurzen Wegen und über 20 Jahren Erfahrung.



Sprechen wir.

Scannen & kostenfreien Termin buchen.

hucke-media.de



Gewissenhaftigkeit des Zustellers und den konkreten Umgebungsfaktoren ab. Das Abscannen des Strichcodes erfolge heute unabhängig vom physischen Einwurf und sogar bevor die Sendung tatsächlich eingeworfen wird. Beim früheren „Peel-off-Label“-Verfahren war hingegen ein Aufkleber unmittelbar vor dem Einwurf von der Sendung abgezogen und auf den Auslieferungsbeleg geklebt worden. Der Zustellungsbeleg dokumentierte den konkreten Zustellungsvorgang nur unzureichend. So seien weder die Empfängeradresse noch die Uhrzeit der Zustellung darauf vermerkt. Zudem enthalte die Empfangsbestätigung zwei alternative Zustellvarianten: die Übergabe an den Empfangsberechtigten oder das Einlegen in die Empfangsvorrichtung. Es sei dabei nicht erkennbar, welche Zustellungsvariante gewählt wurde. Schließlich habe der Empfänger bei Annahme eines Anscheinsbeweises praktisch keine Möglichkeit, diesen zu erschüttern. Er könne nicht einmal erkennen, gegen welche konkrete Zustellvariante er sich verteidigen müsste. Dem stimmte das Bundesarbeitsgericht nunmehr durch Urteil vom 7. Mai 2026 zu.

BEDEUTUNG DER ENTSCHEIDUNG

Die Entscheidung hat Bedeutung weit über das Arbeitsrecht hinaus. Sie gilt auch in anderen

Rechtsbereichen, in denen der Zugang einer Erklärung rechtserheblich ist: beispielsweise im Mietrecht, im Gesellschaftsrecht und bei Fristsetzungen aller Art. Das Einwurf-Einschreiben kann die Last des Anscheinsbeweises des Zugangs nach der nun höchststrichtrichlerlich bestätigten Rechtsprechung nicht mehr tragen.

Als Alternative bietet sich vorrangig die persönliche Übergabe eines Schreibens an den Empfänger gegen Unterzeichnung eines Empfangsbekenntnisses an – oder die Übergabe durch einen Boten, der den Inhalt des Schreibens kennt und die Zustellung bezeugen kann sowie den Vorgang durch konkrete schriftliche Aufzeichnungen dokumentiert, wer wann was an wen zugestellt hat. Bei postalischer Zustellung sollte statt des Einwurf-Einschreibens das Übergabe-Einschreiben gewählt werden, bei dem der Empfänger den Zugang quittieren muss. Dabei besteht allerdings das Risiko, dass der Empfänger die Annahme verweigert. Auch eine Zustellung durch einen Gerichtsvollzieher ist möglich, die aber im Regelfall etwas länger dauert.

FAZIT

Die Entscheidung des Bundesarbeitsgerichts hat Bedeutung für Arbeitgeber, jedoch auch weit über das Arbeitsrecht hinaus. Dies gilt

überall dort, wo der Zugang einer Erklärung rechtserheblich ist. Wer sich auf den Zugang einer Erklärung beruft, trägt regelmäßig die Beweislast dafür. Das Einwurf-Einschreiben kann die Beweislast des Anscheinsbeweises des Zugangs jedoch nicht mehr tragen. Daher ist in jedem Einzelfall eine rechtssichere Alternative zum Nachweis des Zugangs zu wählen, vorrangig durch persönliche Übergabe gegen Unterzeichnung eines Empfangsbekenntnisses oder durch einen Boten, gegebenenfalls in Anwesenheit eines Zeugen.



BERTHOLD BROMBACH

Rechtsanwalt, Steuerberater,
FA StR, FA HuGeSR Heisterborg



Westfalen

Better progress

Wir verbessern das Leben unserer Kunden mit zukunftsfähigen Lösungen für Mobilität, Energie und Gase.



Mobilität



Energie



Gase

westfalen.com

G-KONTO

Welcher Betrag soll eingezahlt werden?

Unternehmen, die in den Niederlanden tätig sind, können unter bestimmten Umständen für nicht entrichtete Lohnsteuerzahlungen durch Nachunternehmer haftbar gemacht werden. Dieses Haftungsrisiko lässt sich begrenzen, indem ein Teil des Rechnungsbetrags unmittelbar auf das sogenannte G-Konto eines Nachunternehmers eingezahlt wird. Bei der praktischen Umsetzung einer solchen Einzahlung taucht regelmäßig die Frage auf, wie hoch der Betrag sein sollte, der am Ende auf das G-Konto eingezahlt wird. Die Antwort darauf ist nicht eindeutig, sondern sie hängt von verschiedenen Faktoren ab und erfordert eine Abwägung des steuerlichen Risikos. Das erläutert Harold Oude Smeijers, Steuerberater bei der Kanzlei Moore MKW in Oldenzaal, für Wirtschaft aktuell.

Es gibt keinen gesetzlich vorgeschriebenen Prozentsatz am Rechnungsbetrag, der auf ein G-Konto zu leisten ist, vielmehr zeigt sich, dass Vertragspartner den Anteil gemeinsam festlegen. In der Regel werden dabei die zu erwartenden Steuerverbindlichkeiten in den Niederlanden und das Haftungsrisiko des Auftraggebers zugrunde gelegt.

Am Ende gilt als Grundlage häufig ein Anteil von circa 40 Prozent an der Rechnungssumme, der auf das G-Konto eingezahlt wird. Der genaue Prozentsatz hängt von der Art der Tätigkeiten, dem Verhältnis zwischen Arbeitskosten und Materialkosten sowie dem steuerlichen Risiko für den Auftraggeber ab. Bei einer Verlagerung der Umsatzsteuerschuld dürfte der erforderliche Prozentsatz normalerweise niedriger ausfallen als ohne einen Wechsel der Umsatzsteuerschuld.

In Fällen mit einem begrenzten Risiko, zum Beispiel weil nur ein kleiner Teil der Rechnung auf Arbeitsleistungen entfällt, kann auch ein niedrigerer Prozentsatz vereinbart werden. Dahingegen kann in anders gelagerten Fällen wie bei arbeitsintensiven Tätigkeiten oder höheren steuerlichen Risiken eine höhere Einzahlung angemessen sein. Es gilt daher, dass der endgültige Prozentsatz in der Regel in Abstimmung zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer festgelegt wird.

SNA-ZERTIFIZIERUNG

Unternehmen mit einer SNA-Zertifizierung profitieren meist von einem geringeren Prozentsatz. Die Zertifizierung der Stichting Normering Arbeid (SNA) ist ein niederländisches Gütesiegel für Unternehmen, die Personal entleihen oder Tätigkeiten im Rahmen einer Arbeitnehmerüberlassung ausführen.

Ein wichtiger Bestandteil der SNA-Zertifizierung ist die regelmäßige Überprüfung der Personal-, Lohn- und Finanzbuchhaltung. Dabei wird kontrolliert, ob die Lohn- und Umsatzsteuer frist-

Bei Unternehmen mit einer gültigen SNA-Zertifizierung reduziert sich der zu zahlende Teilbetrag auf ein G-Konto in der Regel auf 20 bis 25 Prozent des Rechnungsbetrags. Kommt es zu einer Verlagerung der Umsatzsteuerschuld, werden meistens 20 Prozent angesetzt. Wechselt die Umsatzsteuerschuld nicht, werden 25 Prozent zugrunde gelegt.

BUCHFÜHRUNG

Eine unvollständige oder unzulängliche Buchführung kann zu Nachforderungen, Bußgeldern und Haftungsrisiken führen. Davon betroffen ist nicht nur das Unternehmen selbst, sondern auch der Auftraggeber, der Arbeiten durch Nachunternehmer ausführen lässt, die ihren steuerlichen und administrativen Pflichten nicht ordnungsgemäß nachkommen.

Letztendlich lässt sich das Risiko einer Ketten- und Entleiherhaftung am besten begrenzen, wenn alle Beteiligten in der Kette ihre Buchführung ordnungsgemäß ausführen und die geltenden steuerlichen und arbeitsrechtlichen Pflichten erfüllen. Für Auftraggeber ist es daher wichtig, nicht nur auf die eigene Lohnbuchhaltung und Personalverwaltung zu achten, sondern auch kritisch zu beobachten, wie Nachunternehmer ihren Pflichten nachkommen. Eine ordnungsgemäße Buchführung und eine zuverlässige Zusammenarbeit bilden letztendlich die Grundlage für die Begrenzung steuerlicher Risiken und unerwarteter Haftungsfälle.



Geringerer Prozentsatz durch SNA-Zertifizierung

gereicht abgeführt, Arbeitnehmende korrekt identifiziert wurden und die Buchhaltung den geltenden gesetzlichen Pflichten entspricht. Zudem wird im Rahmen einer SNA-Zertifizierung abgeglichen, ob die Lohnbuchhaltung mit den eingereichten Steuererklärungen übereinstimmt. Aus diesem Grund bietet eine SNA-Zertifizierung Auftraggebern eine zusätzliche Sicherheit in Bezug auf die steuerliche und administrative Zuverlässigkeit von Nachunternehmern.

Das SNA-Register ist öffentlich zugänglich und ermöglicht es Auftraggebern nachzuprüfen, ob Unternehmen eine gültige Zertifizierung besitzen. Durch die zusätzlich gebotene Sicherheit des SNA-Gütesiegels im Hinblick auf die Einhaltung der steuerlichen und administrativen Vorschriften, gilt das Haftungsrisiko für Auftraggeber im Allgemeinen als eher geringer.


mwtext
 Ihr Partner im Münsterland für
Mietberufskleidung
www.mwtex.de info@mwtex.de

LAGERVERKAUF – BÜROMÖBEL

hols-ab.de[®]
 LAGERVERKAUF BÜROMÖBEL

Schließlich verdient auch die steuerliche Situation von Arbeitnehmern Beachtung. Es kann sinnvoll sein, am Ende eines Jahres zu überprüfen, ob eine niederländische Einkommensteuererklärung abgegeben werden muss. Wird im Laufe des Jahres mehr Lohnsteuer einbehalten, als letztendlich zu zahlen ist, kann dies zu einer Steuerrückerstattung führen.



HAROLD OUDE SMEIJERS

Steuerberater, Moore MKW



TECHNISCHE UND INFRASTRUKTURELLE FACILITY SERVICES AUS EINER HAND



Die SSH GmbH bietet zuverlässige Objekt-pflege und Facility Services aus einer Hand. Klar, verständlich und praxisnah. Aus unserer Zentrale in Münster koordinieren wir überregional unsere Leistungen und betreuen zuverlässig Ihre Objekte.

SSH GmbH
Haus Uhlenkotten 24a · 48159 Münster
☎ 0251 979925-0 · ✉ info@ssh-fm.de
www.ssh-fm.de

- ▶ Hausmeister- und Objektbetreuung
- ▶ Haustechnikerleistungen
- ▶ Grün- und Außenanlagen
- ▶ Graupflege und Außenanlage

- ▶ Winterdienst
- ▶ Unterhaltsreinigung
- ▶ Glasreinigung



Vision trifft Verlässlichkeit.



Seit über 35 Jahren stehen wir für durchdachte **Planung**, strukturierte **Abläufe** und maßgeschneiderte **Lösungen** im Industrie- und Gewerbebau.

Unsere Projekte sind so **individuell** wie unsere Kunden – und genauso **verlässlich**. Von der ersten Idee bis zur Übergabe.

Industrie- und Gewerbebau
Könnig – Ihr Partner für präzise
gebaute Zukunft.

Jetzt mehr erfahren:
www.igk-bau.de



ANZEIGE

„Zeit ist unsere aktuelle Währung“

Was wünschen sich Ihre Mitarbeiter? Das weiß jeder Chef und jeder Personalverantwortliche. Mehr Geld! Aber ist das wirklich so? Vor einigen Jahren wurde während der Tarifverhandlungen bei der Bahn, den Mitarbeitern die Frage gestellt: „Willst Du mehr Geld, oder mehr Freizeit?“ Die Antwort war zumindest für die Verantwortlichen der Bahn überraschend.

Zeit ist unsere aktuelle Währung. Natürlich bezahlen wir weiter mit Euros, aber Zeit wird immer wichtiger. Ist das so? War Zeit nicht schon immer das wichtigste Gut?

1955 gab es das erste „Abwerbeabkommen“ für Gastarbeiter aus Italien, Spanien, Griechenland, der Türkei und Jugoslawien. Die Arbeiter kamen bereitwillig und in Scharen, weil sie sich hier Arbeit, Geld und damit Wohlstand erhofften. Aber sie haben dafür ihre Familien in den Heimatländern verlassen. Das haben sie vor allem getan, weil sie davon geträumt haben, mit ihren Familien in einigen Jahren in ihren Ländern mehr Zeit verbringen zu können.

Und dafür stehen wir. Wenn das Leben Zeit braucht, sollte der Arbeitgeber mitdenken.

Wir verbringen weniger als ein Viertel unserer Wochenzeit mit Arbeit. Wenn wir Urlaub und Feiertage mitrechnen circa ein Fünftel. Reicht das nicht an Freizeit?

Nicht jeder Traum passt in 30 Urlaubstage. Pflege lässt sich nicht planen und bedeutet mehr Betreuung als Kindererziehung. Weiterbildung braucht nicht nur Motivation, sondern Zeit. Ist es nicht teurer, einen neuen Mitarbeiter zu gewinnen, als einen vorhandenen zu halten?

Die Unternehmen passen sich immer mehr dem Standard ihrer Branche an. Kein Maurer braucht einen Tischkicker oder eine PlayStation im Büro. Homeoffice mit kostenloser Massage? Ein Deutschlandticket auf dem Land? Es wird im Moment viel von den Arbeitgebern gemacht, um Mitarbeiter glücklich zu machen. Ist wirklich alles sinnvoll?

Ein Beispiel: Ein Unternehmen hat das Firmenfitness-Angebot „Hansefit“ wieder eingestampft, weil nur drei von 100 Mitarbeitern es genutzt haben. Daraufhin gab es einen 50-Euro-Tankgutschein. Im Endeffekt kam heraus, dass damit Getränke an der Tankstelle gekauft wurden. Viele Ideen sind gut, sie passen aber nicht zu jedem Unternehmen.

Wir haben festgestellt, dass Mitarbeiter vor allem Zeit brauchen. Und die bieten wir ihnen zusammen mit Ihrem Unternehmen. Wir sorgen dafür, dass Mitarbeiter sich Zeit ansaparen können, wenn sie sie brauchen. Damit sie ihr Leben mit Ihnen als Arbeitgeber zusammen gestalten.



*Kai Freudenberger,
Leitung Fachberatung
Foresight GmbH*

FORESIGHT
ZEITWERTKONTEN & LEBENSARBEITSZEITMODELLE

Foresight GmbH
Wilhelmstraße 53
49808 Lingen
Tel.: 0591/13 28 20 90
www.foresight.gmbh

GEMEINDE **LEGDEN**



INTERVIEW

„Ein Ergebnis jahrelanger guter Zusammenarbeit“

Haushaltsüberschuss, Top 20 im Kommunal-Ranking und eine gesunde Unternehmenslandschaft. Legden steht wirtschaftlich gut da. Doch Bürgermeister Jörg Thor weiß: Darauf kann man sich nicht ausruhen. Im Interview spricht er über das, was die Gemeinde schon gut macht und das, was sie noch vor hat. Und er verrät, wo man ihn sonntags findet.



Jörg Thor, Bürgermeister

Foto: Gemeinde Legden

Herr Thor, als Bürgermeister sind Sie zugleich Markenbotschafter der Gemeinde Legden. Wenn Legden ein Unternehmen wäre – wofür würde die Marke stehen und was wäre ihr größter Wettbewerbsvorteil?

Wenn man überlegt, was Legden nach außen trägt, dann ist es tatsächlich die Vielfalt der Menschen, die hier leben und tätig sind. Auch wirtschaftlich wird der viel zitierte Tausendfüßler hier sichtbar – mit Unternehmen aus vielen verschiedenen Branchen. Für mich ist die Marke Legden deshalb vor allem das Zusammenbringen ganz unterschiedlicher Menschen mit einer gemeinsamen Idee: etwas Gutes für Legden zu entwickeln. Gemeinsam etwas zu bewegen, ist für mich der größte Wettbewerbsvorteil. Und als Markenbotschafter im Sinne meines Bürgermeisteramtes möchte ich natürlich dazu beitragen.

Wie würden Sie die aktuelle wirtschaftliche Lage in Legden beschreiben?

Sehr unterschiedlich. Da komme ich wieder auf den Tausendfüßler zurück: Die vielen Füße gehören – bildlich gesprochen – zwar zu einem Tier, sind aber trotzdem in ganz unterschiedlichen Bereichen und Situationen unterwegs. Insgesamt ist die wirtschaftliche Lage in Legden aktuell noch erfreulich und gut. Man muss allerdings den Zeigefinger deutlich heben. Nicht im Sinne von Anklagen, sondern eher als Mahnung. Wir selbst müssen als Kommune bei unseren Einnahmen und Ausgaben aufpassen, dass uns die Entwicklung nicht irgendwann überholt. Das gilt

auch für die Wirtschaft. Denn Einnahmen zu generieren, wird an manchen Stellen schwieriger. Dazu kommt die geopolitische Situation. Die ist umfangreich und wirkt sich tatsächlich auch im kleinen Legden aus.

Die Gemeinde hat seit Jahren erstmals wieder ein Plus im Haushaltsplan erzielt. Auch für 2026 wird ein Überschuss von circa 4,2 Millionen Euro prognostiziert. Wie haben Sie das geschafft?

Dahinter steht eine solide Haushaltspolitik. Ein entscheidender Punkt sind unsere Gewerbeeinnahmen, die mit rund 85 Prozent den Löwenanteil im Haushalt ausmachen. Insofern sind wir natürlich davon abhängig, wie gesund unsere Unternehmen sind. Wir sind froh, dass es ihnen gut geht und wir davon profitieren können. Unsere Aufgabe ist es, die entsprechende Infrastruktur zu gestalten, zu erhalten und weiterzuentwickeln, damit das auch künftig so bleibt. Geschafft haben wir die gute Haushaltslage also nicht allein.

Was machen Sie jetzt mit dem Geld?

Darüber entscheiden wir im Rahmen der Haushaltsberatungen gemeinsam im Rat. In diesem Jahr sind einige Infrastrukturmaßnahmen dabei, die wir ohnehin umsetzen müssen. Ein wichtiges Projekt ist die Wibbeltstraße. Dort investieren wir in die Infrastruktur im Boden, aber auch in den Straßenausbau. Die Situation in dem Bereich soll sich gegenüber vorher deutlich verbessern – vor

allem für die Schülerinnen und Schüler der dort ansässigen Brigidenschule. Wir wollen den Schulweg komfortabler und vor allen Dingen sicherer machen. Auch in die Schulen selbst investieren wir weiter. Die Aula an der Brigidenschule ist schon fertig, jetzt geht es unter anderem mit dem Ausbau für den Offenen Ganztag weiter. Und bei der weiterführenden Schule, der Paulus-van-Husen-Schule, entwickeln wir zusätzliche Klassenräume. Für den Bildungsbereich nehmen wir also gutes Geld in die Hand.

Was steht noch bei Ihnen auf der Liste?

Wenn man perspektivisch nach vorne schaut, ist das ISEK – also das Integrierte Städtebauliche Entwicklungskonzept – ein wichtiges Projekt. Dabei geht es um die weitere Entwicklung des Ortskerns. Wir hatten die Gelegenheit, ein Grundstück in zentraler Lage zu erwerben. Zusammen mit der katholischen Kirchengemeinde haben wir damit eine riesige Chance, dort etwas Neues zu entwickeln. Dafür wollen wir zunächst ein Konzept, also das ISEK, erarbeiten und dann damit auch Fördergelder einwerben. Aber klar ist: Nur mit Fördermitteln lässt sich ein solches Projekt nicht umsetzen. Wir müssen dafür auch selbst Geld in die Hand nehmen. Das wird sicherlich noch einiges an Investitionen erfordern. Das ist für mich der nächste wichtige Schritt, wenn wir Legden weiter nach vorne entwickeln wollen.

Legden belegt im aktuellen Kommunal-Ranking NRW Platz 18 von 396 und gehört damit



Blick auf den Ortskern

Foto: Gemeinde Legden

zu den Top 20. Was sagt dieses Ergebnis über die Gemeinde aus – und worauf sind Sie dabei besonders stolz?

Das freut uns riesig und die positive Aufmerksamkeit nehmen wir sehr gerne mit. Für mich ist das vor allem ein Ergebnis jahrelanger guter Zusammenarbeit – mit den Unternehmen, den Ehrenamtlichen und den Bürgerinnen und Bürgern vor Ort. Man merkt, dass hier vieles gemeinsam geschafft worden ist. Und natürlich hat so ein Ergebnis auch Signalwirkung. Es zeigt noch einmal: In Legden lässt es sich gut leben. Das ist nicht nur für die Menschen hier wichtig, sondern auch für die Unternehmen. Gerade wenn es darum geht, Fachkräfte von außerhalb zu gewinnen, kann man sagen: Schaut euch Legden an, hier kann man gut leben.

Lassen Sie uns nochmal auf die Arbeit in der Verwaltung schauen. Wo sehen Sie noch Potenzial für die Digitalisierung?

Klar ist: Digitalisierung ist uns wichtig. Aber sie soll den persönlichen Kontakt nicht ersetzen, sondern ergänzen. Wir sind in der Verwaltung digital gut aufgestellt. Ein gutes Beispiel ist unser Mängelmelder. Wenn jemand unterwegs etwas bemerkt, kann er das schnell und jederzeit melden, mit einer Ortsangabe versehen und direkt an den zuständigen Fachbereich weitergeben. Das funktioniert gut und man bekommt auch eine Bestätigung, dass die Meldung angekommen ist. Daneben gibt es viele weitere Dinge, die sich bereits digital über unsere Homepage

erledigen oder abrufen lassen. Wir wollen das weiter ausbauen und verstetigen – aber immer mit Augenmaß. Wir haben mit einer Kollegin auch jemanden im Team, die uns dabei unterstützt und schaut: Was macht wirklich Sinn und was vielleicht auch nicht? Denn nicht alles, was man digitalisieren kann, muss automatisch besser sein. Gerade dort, wo Digitalisierung Abläufe beschleunigt und vereinfacht, kann sie aber einen riesigen Mehrwert bringen. Das wollen wir nutzen, ohne dabei den persönlichen Kontakt zu verlieren.

Ein Thema, das die Gemeinde bewegt, sind die Windader West und die geplante Wasserstoffleitung Emsbüren-Dorsten. Mit ihnen verlaufen zwei bedeutende Energieinfrastrukturprojekte an Legden vorbei. Welche Chancen ergeben sich daraus für die Gemeinde und insbesondere für die heimische Wirtschaft?

Solche Infrastrukturmaßnahmen sind für Legden ambivalent. Geografisch liegen wir an einer Stelle, an der solche Leitungen zwangsläufig vorbeikommen. Es sind bereits mehrere Leitungen vorhanden, und mit der Windader West und der Wasserstoffleitung Emsbüren-Dorsten wird es auch künftig einiges an Bewegung im Boden geben. Das freut natürlich nicht alle. Gerade für die betroffenen Landwirte bedeutet der Leitungsbau zunächst Eingriffe in ihre Flächen. Sie werden dafür entschädigt, und anschließend soll alles wieder entsprechend hergerichtet werden.

Ich hoffe natürlich, dass das auch möglichst gut gelingt.

Und die andere Seite?

Daraus kann sich perspektivisch eine Chance ergeben. Gerade bei der Wasserstoffleitung stellt sich die Frage: Ist Wasserstoff eine Entwicklung für die Zukunft und können Unternehmen davon profitieren? Denkbar wäre, dass sich daraus irgendwann auch für die heimische Wirtschaft Möglichkeiten ergeben. Im Moment fehlen dafür allerdings noch die entsprechenden Anreize. Ob es heute schon ein ausschlaggebender Standortfaktor ist, würde ich daher mit einem Fragezeichen versehen. Die Option ist aber da, wenn

DIGITALISIERUNG
ERSETZT NICHT DEN
PERSÖNLICHEN KONTAKT.

Wasserstoff irgendwann auch wirtschaftlich entsprechend genutzt werden kann. Beim Strom ist es etwas anderes: Da sind wir letztlich nur ein Durchleitungsstandort. Man kann sich nicht einfach an eine solche Leitung „ankabeln“. Dafür gelten ganz andere technische und netzseitige Voraussetzungen.

Eine historische Sehenswürdigkeit in Legden: das Stift Asbeck



Foto: Münsterland e.V./Philipp Förling

Herr Thor, jetzt haben wir viel über Ihre Arbeit gesprochen. Wenn Sie mal einen freien Sonntag ohne Termine haben, wo trifft man Sie dann am ehesten in Legden?

Da trifft man mich wahrscheinlich bei meiner Familie zu Hause. Wir haben einen kleinen Hof, und da gibt es immer genug zu tun. Das ist ganz klar mein Rückzugsort, an dem ich wieder Kraft tanken kann.

Also kein spektakuläres Hobby?

(lacht) Wenn Sie so fragen: Ich würde gerne noch einmal einen Fallschirmsprung aus dem Flugzeug wagen. Das habe ich mal in Stadtlohn-Wenningfeld gemacht. Das war spektakulär und aufregend!

**Das Interview führte
Anja Wittenberg**

PE - UHMW, PE - HMW, PP - H



ÜBER UNS

Wir sind Ihr Partner für fortschrittliche Kunststofflösungen und produzieren hochwertige Halbzeuge direkt im eigenen Werk. Zusätzlich fertigen wir individuelle Fertigteile aus PE, PP, PA und POM sowie weiteren Werkstoffen – abgestimmt auf Ihre Anforderungen.

UNSERE MISSION

Wir verbinden technologisches Know-how mit nachhaltigem Handeln, fördern Fachkräfte, machen sie fit für die Zukunft und bleiben unseren bodenständigen Werten treu.

UNSERE VISION

Wir gestalten eine nachhaltige, dynamische und menschliche Industrie, die regionale Stärke mit Zukunftstechnologien verbindet. Persönlich - Partnerschaftlich - Professionell

Innovation
Präzision
Zukunft



WWW.PROFILAN.DE

**DAS FAMILIENUNTERNEHMEN
AUS LEGDEN**

PROFILAN Kunststoffwerk GmbH & Co. KG
Zur Dinkel 27-31
48739 Legden
02566 9333 0
info@profilan.de



GEWERBEFLÄCHEN

Mehr Platz ist in Aussicht

Kaum noch freie Flächen, aber reichlich Nachfrage: In Legden sind die verfügbaren Gewerbegrundstücke weitgehend vergeben. Deshalb treibt die Gemeinde jetzt die Entwicklung neuer Flächen an verschiedenen Stellen voran. Während das Gewerbegebiet Heying-Esch voll ist, soll mit „Im Deipenbrock“ ein neues Areal für kleinere und mittlere Handwerksbetriebe entstehen. Bis dort gebaut werden kann, dauert es allerdings noch ein paar Jahre. Schneller könnten – vor allem größere – Unternehmen im Industriepark A31 Legden/Ahaus zum Zuge kommen.

„Wir haben Anfragen von Unternehmen unterschiedlicher Größe und Branche vorliegen, die wir derzeit leider nicht bedienen können“, bedauert Legdens Bürgermeister Jörg Thor. Das Gewerbegebiet Heying-Esch ist vollständig vergeben. Eine Erweiterung um drei bis vier Hektar ist zwar angedacht, für den Artenschutz muss dort aber noch einiges rechtlich geklärt werden. „Und das braucht in der Regel etwas Zeit, bis alle Gutachten vorliegen und es entsprechende Lösungen für den Lebensraum des dort vorhandenen Tierbestands gibt. Deshalb ist diese Erweiterung eher noch Zukunftsmusik“, räumt Thor ein.

Konkreter sind die Planungen für das neue Gewerbegebiet „Im Deipenbrock“ in Richtung Asbeck. Auf rund acht bis neun Hektar sollen sich dort vor allem kleinere und mittlere Handwerks-



betriebe ansiedeln. Auch hier sind allerdings noch Artenschutzgutachten und weitere Planungsschritte erforderlich. „Bis zur Umsetzung dürfte es drei bis vier Jahre dauern“, gibt der Bürgermeister einen Einblick in den Zeitplan.

Trotzdem hat die Gemeinde direkt an der Autobahn noch einen Trumpf im Ärmel, wenn es um Gewerbeflächen geht: den interkommunalen Industriepark A31 Legden/Ahaus. Der zweite Bauabschnitt ist dort jetzt erschlossen. Zwei Drittel der Flächen sind schon vergeben. Im Winter sollen dort die ersten Bagger für Neuansiedlungen oder die Erweiterung bestehender Unternehmen aus dem Industriepark rollen.

Die Entwicklung soll anschließend auf Legdener Gebiet weitergehen: Knapp 17 Hektar sind für einen dritten Abschnitt vorgesehen. Damit beschäftigt sich nun der Rat der beiden Kommunen, um Rechtssicherheit für die neuen Flächen zu schaffen. „Der Standort hat einen entscheidenden Vorteil: die unmittelbare Lage an der A31. Vor allem für Unternehmen mit entsprechendem Flächen- und Logistikbedarf ist das attraktiv“, betont Thor. Der Industriepark A31 soll also vor allem größere und verkehrsintensive Unternehmen aufnehmen.

Anja Wittenberg

WOHNGEBIETE

Dem Wohnungsdruck entgegensteuern

Die Nachfrage nach Wohnraum ist in Legden weiterhin groß. Die Interessentenliste für Baugrundstücke ist – trotz steigender Baukosten – lang. Mit der Erweiterung des Baugebiets „Up'n Berge“ will die Gemeinde deshalb gegensteuern.

Die Planung für die Erweiterung des Wohngebiets südöstlich der Grundschule läuft bereits. Die Erschließung des neuen Abschnitts ist für Anfang 2027 vorgesehen. „Die Vermarktung

könnte Mitte bis Ende 2027 beginnen“, gibt Legdens Bürgermeister Jörg Thor einen Einblick in den Zeitplan. Rund 100 Baugrundstücke sollen dort entstehen – „eine Größenordnung, die den Druck auf dem örtlichen Wohnungsmarkt spürbar abfedern könnte“, wie Thor betont.

Auch ins bestehende Baugebiet Roggenkamp kommt Bewegung. Auf rund sechs Hektar entwickelt ein Privatinvestor etwa zwölf bis 15 Grundstücke; einige davon sind noch frei.

Perspektivisch dürfte die Entwicklung weiterer

Wohnbauflächen in Legden aber ein Thema bleiben. Denn, so Thor: „Unsere Gemeinde ist als Wohnort gefragt. Unter anderem aufgrund unserer Lage mitten im Grünen und dennoch über die A31 gut angebunden. Das zeigt auch die lange Interessentenliste. Wie viele der Interessenten angesichts der hohen Baupreise tatsächlich bauen wollen, muss sich allerdings erst zeigen.“

Anja Wittenberg

ORTSKERNENTWICKLUNG

Heute Baustelle, morgen lebenswerter

Legdens Ortskern lebenswerter machen. Damit das gelingt, heißt es aber erstmal: ein bisschen Geduld mitbringen. Denn die Wibbeltstraße wird für rund eineinhalb Jahre zur Baustelle. Kanalisation, Trinkwasserleitungen, Gehwege und Straßen werden erneuert und verkehrssicherer gemacht. Rund zwei Millionen Euro fließen allein in dieses Projekt, etwa die Hälfte davon kommt aus Fördermitteln. Gleichzeitig denkt die Gemeinde bereits weiter: Mit einem Integrierten Städtebaulichen Entwicklungskonzept soll Legden für die Zukunft aufgestellt werden.

Ohne temporäre Einschränkungen wird die Modernisierung nicht ablaufen: Die Wibbeltstraße ist eine der zentralen Verbindungsachsen in Legden. Dort befinden sich sowohl die Brigidenschule als auch eine Doppelturnhalle. Die Straße ist also regelmäßig stark frequentiert. Um die Verkehrssituation für die Grundschülerinnen und -schüler sowie die Besucher der Turnhalle sicherer zu machen, entstehen jetzt breitere Gehwege, ein neuer Parkplatz und ein Elterntaxi-Haltestreifen.

Bevor davon allerdings etwas zu sehen ist, geht es zunächst unter die Erde. Der Mischwasserkanal und die Trinkwasserleitungen werden erneuert, anschließend folgen die Straßenoberflächen. Die Arbeiten laufen in vier Bauabschnitten und haben im Frühjahr 2026 begonnen. Insgesamt ist eine Bauzeit von rund eineinhalb Jahren vorgesehen. „Das dauert – ist aber bewusst so geplant. Wir wollen die unterirdische Infrastruktur für die Zukunft fit machen, bevor die Straße ihre neue Oberfläche bekommt und wir alles zweimal losnehmen müssten“, erläutert Legdens Bürgermeister Jörg Thor. Rund zwei Millionen Euro kostet die



Der Ortskern von Legden ist barrierefrei gestaltet worden.

Foto: M. Brümmer

„
WIR WOLLEN DIE
UNTERIRDISCHE
INFRASTRUKTUR FÜR
DIE ZUKUNFT
FIT MACHEN.“

Maßnahme. 60 Prozent werden über Fördermittel finanziert. Auch an anderer Stelle wird unter der Erde saniert: An Poststraße und Gildenhook stehen weitere Kanalbaumaßnahmen an.

Im Ortskern selbst hat sich bereits einiges verändert. Die Hauptstraße wurde bis vor die St. Brigida Kirche erneuert und mit einheitlichem Pflaster gestaltet – inklusive typischem Merkmal der Gemeinde: In den Pflastersteinen ist eine Dahlie abgebildet, die an den überregional bekannten Dahliengarten in Legden erinnern soll.

Der Bereich vor dem Café Bestens wurde ebenfalls aufgewertet und hat mit barrierefreiem Pflaster sowie Sitzgelegenheiten ein bisschen Fußgängerzonen-Charakter bekommen. Auch das soll für mehr Aufenthaltsqualität sorgen. Dass das Café Bestens erhalten bleibt und eine Nachfolge gefunden wurde, war für den Ortskern wichtig. „Gastronomie und Geschäfte bringen auch außerhalb klassischer Einkaufszeiten Leben in die Ortsmitte. Gerade für einen kleinen Ort ist ein solches Angebot ein Stück Aufenthaltsqualität“, betont Thor.

Bei einzelnen Maßnahmen soll es in Legden aber nicht bleiben. Die Gemeinde arbeitet zurzeit an einem ganzheitlichen Integrierten Städtebaulichen Entwicklungskonzept, kurz ISEK. Dabei sollen Bürgerinnen und Bürger ebenso wie Vereine einbezogen werden. Die zentrale Frage: Was braucht Legden heute – und was braucht der Ort in Zukunft?

Dafür soll zunächst eine sogenannte „Phase null“ mit einem externen Planungsbüro gestartet werden. Die Gemeinde möchte Ideen und Wünsche aus der Bevölkerung sammeln und daraus ein Konzept entwickeln. Denkbar sei zum Beispiel ein multifunktionaler Platz, der unterschiedlich genutzt werden kann, eine „Neue Mitte“. „Nicht jede Idee wird sich automatisch umsetzen lassen. Ein ISEK ist jedoch die Grundlage dafür, dass wir überhaupt weitere Fördermittel für Projekte bekommen können“, stellt der Bürgermeister klar.

Anja Wittenberg

NETZWERKEN

Gemeinsam geht mehr

Die Wirtschaftsinitiative Legden-Asbeck hat durch einen Generationswechsel neuen Schwung bekommen und zählt inzwischen mehr als 100 Mitglieder. Sie bringt Unternehmen zusammen, engagiert sich für das Gemeindeleben und schafft mit Veranstaltungen und Projekten direkte Kontakte – etwa zwischen Jugendlichen und Betrieben.

„Die Wirtschaftsinitiative, mit der wir in der Verwaltung sehr eng zusammenarbeiten, hat durch die neue Generation an der Spitze einen neuen Drive mit vielen guten Ideen bekommen“, freut sich Jörg Thor, Bürgermeister der Gemeinde Legden.

Aber auch bewährte Projekte setzt das Netzwerk fort. Zum Beispiel den Azubi-Campus, der in diesem Jahr in der fünften Auflage am Jugendhaus Pool stattfand. Die Messe soll junge Menschen mit potenziellen Arbeitgebern – überwiegend aus dem Handwerk – zusammenbringen. Um möglichst viele Unternehmen kennenzulernen, ist der Besuch als Rallye angelegt. Jugendliche können an den Messeständen der Unternehmen verschiedene Berufe kennenlernen, Fragen stellen, Kontakte knüpfen und Praktikums- oder Ausbildungsplätze vereinbaren. Über 1.200 Schülerinnen und Schüler der Paulus-van-Husen-Schule und des Berufskollegs Lise Meitner Ahaus kamen in diesem Jahr zum Azubi-Campus. Rund 30 Betriebe und Einrichtungen haben sich präsentiert



– vor allem mit ganz praktischen Einblicken. So hatte das Legdener Klärwerk ein Mini-Labor aufgebaut, in dem die Jugendlichen selbst Wasser filtern konnten. Auf den Außenflächen konnten die Schüler Maschinen und Kräne selbst bedienen. „Das Format hat sich etabliert. Wir bekommen durchweg positive Rückmeldungen“, betont Thor. Die Wirtschaftsinitiative engagiert sich mit ihren 100 Mitgliedern neben der Nachwuchsförderung auch für den Ort selbst. Sie hat beispielsweise den Weihnachtsmarkt mit Krippenausstellung, Eisstockschießen und Stiefelaktion rund um die St. Brigida Kirche mitinitiiert. Für Bürgermeister Thor zeigt sich darin eine wichtige Seite des Netzwerks: „Es muss Menschen geben, die sich vor Ort engagieren.“ So verbinde die Initiative wirtschaft-

liches Netzwerken mit Engagement für das Gemeindeleben. „Wir bringen Menschen und Ideen zusammen, damit Legden und Asbeck auch in Zukunft starke Orte zum Arbeiten und Leben bleiben“, betonen die erste Vorsitzende Martina Schrage und Geschäftsführer Jan Langehanberg von der Wirtschaftsinitiative. Neben dem traditionellen Neujahrsempfang plant der Verein in den kommenden Monaten weitere Netzwerkthemenabende, darunter einen Fachvortrag zur psychischen Gesundheit im Unternehmen. „Mit diesen und weiteren Aktivitäten fördern wir den Austausch zwischen den Unternehmen, stoßen neue Kooperationen an und stärken die örtliche Wirtschaft“, so die Wirtschaftsinitiative.

Anja Wittenberg

Uppenkamp
Fenster · Türen
Innenausbau
Bautischlerei

**Holz.
Handwerk.
Maßarbeit.**

LASSEN SIE UNS IHR PROJEKT REALISIEREN!

Hubert Uppenkamp GmbH
Zur Dinkel 37 • 48739 Legden
Telefon: 02566 96153
E-Mail: info@uppenkamp.com • www.uppenkamp.com

- Holz- und Kunststoff-Fenster
- Haustüren in Holz, Kunststoff und Aluminium
- Innentüren, Lofttüren, Bodenbeläge, Trockenbau
- Terrassenüberdachungen
- Insektenschutz, Sonnenschutz und Markisen
- Möbel nach Maß, Einbauschränke und Ankleiden
- Einbruchschutz, Reparaturen aller Art



BILDUNG

Lernen und begegnen

Die Gemeinde Legden investiert kräftig in ihre Bildungslandschaft. Die Brigidenschule bekommt mehr Raum für die Offene Ganztagschule (OGS) und hat mit der neuen Aula einen Ort für Begegnung geschaffen. An der Paulus-van-Husen-Schule entstehen ebenfalls zusätzliche Räume und ein Aufzug. Ziel ist es, Betreuung, Lernen und das Miteinander besser zu verbinden.

An der Brigidenschule ist die neue Aula bereits eröffnet. Sie wird nicht nur für Veranstaltungen genutzt, sondern auch für die OGS. Rund 180 Essen werden dort mittags angeboten, bei Veranstaltungen finden rund 200 Menschen in der Aula Platz. „Sie ist technisch so ausgestattet, dass sie multifunktional genutzt werden kann, zum Beispiel für Kindertheater oder andere Veranstaltungen“, informiert Legdens Bürgermeister Jörg Thor. Die zusätzlichen OGS-Räume für die Grundschule sind noch im Bau. Hintergrund ist der Rechtsanspruch auf Ganztagsbetreuung: „Wir möchten und müssen entsprechende Betreuungsmöglichkeiten anbieten. Die Erweiterung wird voraussichtlich im Herbst abgeschlossen sein“, schätzt Thor.

Auch an der Paulus-van-Husen-Schule wird angebaut. Zwei Klassenräume, die nach dem Unterricht als Bewegungsräume und für Lerngruppen an der Gesamtschule genutzt werden sollen, entstehen. Die Küche in der oberen Etage ist zukünftig über einen Fahrstuhl auch für mobil eingeschränkte Personen erreichbar. Sie steht nicht nur der Schule zur Verfügung, sondern auch der Volkshochschule und Vereinen. „Diese Mehrfachnutzung macht die Räume auch über den Schulbetrieb hinaus interessant“, betont Thor. Die Arbeiten sollen im Sommer abgeschlossen werden.

Anja Wittenberg

„DIE AULA KANN MULTIFUNKTIONAL GENUTZT WERDEN.“



An der Brigidenschule laufen die Bauarbeiten für den OGS-Bereich.

Foto: M. Brümmer



Maschinenbau · Forsttechnik · Hydraulik-Service · Hoflader

**Industriestraße 15 · 48739 Legden · Tel.: (0 25 66) 8 93 77 71
info@deitmer-maschinenbau.de · www.deitmer-maschinenbau.de**

TOURISMUS

Dahliendorf trifft Stiftsdorf

Über 180 Dahlienzüchtungen mitten im Ortskern. Und ein grenzübergreifend bekannter Blumenkorso, bei dem alle drei Jahre zahlreiche Festwagen mit einer Million Dahlien geschmückt werden und bei dem mit einem Umzug durch die Gemeinde Tradition und Zusammenhalt gefeiert werden. Warum Legden den Beinamen „Dahliendorf“ hat, liegt auf der Hand. Das lockt auch viele Touristen in den Ort und in das Stiftsdorf Asbeck. Die Angebote für Wanderer, Radfahrer und Tagesgäste entwickelt die Gemeinde stetig weiter – mit neuen Routen, digitalen Informationen und attraktiven Aufenthaltsorten. Ein Höhepunkt in diesem Jahr: Der Legdener Blumenkorso feiert 2026 sein 100-jähriges Bestehen.

Der Radtourismus besitzt naturgemäß eine hohe Bedeutung: Gleich acht neue Knotenpunktrouten führen Radfahrer durch Legden und die benachbarten Kommunen. Der Startpunkt aller Routen ist neben dem Café Bestens im Ortskern. „Das Knotenpunktsystem hat sich im Münsterland etabliert und ermöglicht eine einfache und flexible Orientierung mit dem Fahrrad. Besonders praktisch ist das auch für Gäste aus den Niederlanden, die das System bereits seit vielen Jahren kennen“, erklärt Daniela Honvehlmann von der Touristik Legden & Asbeck.

Ausgebaut wurde auch die Infrastruktur: Eine neue Mobilstation mit überdachten Abstellplätzen für Fahrräder wurde am Bahnhof eingerichtet. Digitale Infostelen und QR-Codes an historischen Gebäuden informieren Besucher

über Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen und Routen. Auch beim Wandern will Legden nachlegen. Die Beschilderung bestehender Wege wird überarbeitet. Hinzu kommt die Erweiterung der Dinkelsteinroute: Die bereits vorhandene Strecke ist rund 72 Kilometer lang und führt von Gronau-Epe bis nach Neuenhaus. Neu ist der rund 36 Kilometer lange Zubringer bzw. die Erweiterung von der Dinkelquelle in Rosendahl-Holtwick über Legden und Heek bis zum bisherigen Startpunkt in Epe. Entlang der Strecke sollen in Legden zwei Dinkelsteine als Stationen entstehen. „Sie greifen das Thema Dinkel auf unterschiedliche Weise auf und laden zum Entdecken und Verweilen ein. Ergänzend geben QR-Codes an einzelnen Standorten weiterführende Informationen“, führt Sabrina Ranft, ebenfalls in der Touristik Legden & Asbeck tätig, aus.

Auch der Ortsteil Asbeck spielt eine wichtige Rolle für den Tourismus. Das Stiftsdorf verbindet historische Gebäude, die Skulpturenroute und das Museum mit modernen Angeboten. Mit VR-Brillen können Besucher auf Entdeckungstour gehen und in vergangene Zeiten eintauchen. Das Backhaus mit den ehrenamtlich tätigen Asbecker Backfrauen und Führungen ergänzen das Angebot.

Ein besonderes touristisches Pfund ist der Dahliengarten in Legden. Wander- und Familienrouten führen daran vorbei, gleichzeitig schaffen Rasenflächen, Sitzmöglichkeiten, Wasserspiel und ein Bücherschrank einen Ort zum Verweilen in unmittelbarer Nähe zum Ortskern. Die Dahlien stehen in diesem Jahr besonders im Fokus: bei den Feierlichkeiten zum 100-jährigen Bestehen des



Der Blumenkorso hat in Legden Tradition.

Foto: Gemeinde Legden

Blumenkorsos. Der Umzug ist als immaterielles Kulturerbe des Landes NRW ausgezeichnet und gilt als Aushängeschild der Gemeinde. „Am 20. September findet der große Blumenkorsoumzug mit Festprogramm statt. Am 3. Oktober folgt eine Dankesgala mit Live-Musik im Dorf Münsterland für all diejenigen, die den Blumenkorso möglich machen, und am 4. Oktober ein Familienfest mit Jugendorchester und Mitmachaktionen“, erklärt Touristikerin Ranft. Getragen wird der Blumenkorso vom Ehrenamt und den Nachbarschaften. Alle drei Jahre bauen sie gemeinsam die Wagen. „Ohne dieses Engagement würde der Blumenkorso nicht funktionieren“, betont Ranft. Für Legden ist das ein wichtiger Standortfaktor: Wer Gäste mit Rad, Wanderschuh oder zum Blumenkorso in den Ort bringt, sorgt zugleich dafür, dass sie Gastronomie, Geschäfte und weitere Angebote entdecken.

Anja Wittenberg



BULLENSTARK.

Ihr Partner für Nutzfahrzeuge

Seit über 20 Jahren stehen wir für kompetenten Service rund um das Thema Nutzfahrzeuge. Ob Verkauf, Ankauf, Vermietung oder unser 24/7 Abschleppdienst – bei uns bekommen Sie den besten Service und individuelle Lösungen aus einer Hand.

Industriestraße 2 · 48739 Legden · 02566 6352230
www.vts-trucks.de





Vom Stahl zum fertigen Bauteil: neue Fertigungsstraße bei Glanemann

72 Meter Stahlverarbeitung am Stück: Mit einer neuen automatisierten Fertigungsstraße baut Glanemann in Legden seine Fertigungstiefe deutlich aus. Strahlen, Sägen und Bohren laufen dabei in einem durchgängigen Prozess. Für Kunden bedeutet das vor allem eines: weniger eigene Arbeitsschritte, schnellere Lieferzeiten und ein Bauteil, das unkompliziert direkt eingebaut werden kann. Für das Familienunternehmen Glanemann ist die Investition in die Fertigungsstraße zugleich ein weiterer Schritt auf dem Weg vom klassischen Stahlhändler zum Full-Service-Anbieter.

Seit mehr als 100 Jahren ist Stahl das Kerngeschäft von Glanemann. Gegründet als klassischer Stahlhandel, hat sich das Unternehmen am Standort in Legden Schritt für Schritt weiterentwickelt. Den Grundstein für das Wachstum legte Stefan Heeks, heute gemeinsam mit seinem Sohn Andreas Heeks Geschäftsführer bei Glanemann. „Mein Vater hat mit neuen Geschäftsfeldern frühzeitig die Weichen dafür gestellt, dass sich unser Familienunternehmen in die richtige Richtung entwickeln konnte. Dieser Innovationsgeist prägt unser Familienunternehmen bis heute und darauf sind wir sehr stolz“, betont Andreas Heeks. Heute geht es bei Glanemann längst nicht mehr nur darum, Stahl zu beschaffen und zu liefern. Gefragt sind zunehmend Lösungen, die beim Kunden möglichst wenig weitere Bearbeitung erfordern. „Stahl verkaufen, kann jeder. Wir wollen unseren Kunden mehr bieten und möglichst ein fertiges Produkt liefern“, betont Andreas Heek.

Dafür ist Glanemann inzwischen breit aufgestellt. Die Fertigungsarbeiten verteilen sich auf zwei Standorte in Legden. An der Neuen Mühle 18 befindet sich der Biegebetrieb. Dort entstehen vor allem Produkte für den Baubereich – insbesondere für den Brückenbau und den Einsatz im Betonbau. Am zweiten Standort, der nur etwa 400 Meter entfernt liegt, konzentriert sich Glanemann auf Stahlhandel und

Fertigung für Stahl- und Anlagenbauer. Was die Kunden für ihre Projekte benötigen, kann Glanemann als fertiges Produkt bereitstellen. Gesägt, geschweißt, gefräst, gebrannt oder gebohrt wird dabei ebenso wie gestrahlt oder anderweitig bearbeitet. Selbst große Platten mit einer Stärke von bis zu 200 Millimetern können nach Kundenvorgaben bearbeitet werden.

Das Unternehmen verbindet so Stahlhandel und Anarbeitung mit verschiedenen Fertigungsmöglichkeiten. Auch komplexe Stahlkonstruktionen gehören zum Leistungsspektrum, ebenso der sichere Transport zum Kunden mit dem eigenen Fuhrpark aus 14 Lkw. „Wir sind in wenigen Minuten auf der A31, sodass wir sowohl Richtung Norden als auch ins Ruhrgebiet sehr gut angebunden sind“, ergänzt Heeks.

In Legden stehen dafür insgesamt 20.500 Quadratmeter Produktions- und Lagerfläche zur Verfügung. Hinzu kommen 50.000 Quadratmeter Außenlager. „Dadurch haben wir praktisch immer das passende Material auf Lager und können die Anfragen unserer Kunden ohne lange Lieferzeiten bedienen“, erklärt der Geschäftsführer.

DREI ARBEITSSCHRITTE AUF EINMAL

Ein besonders sichtbares Zeichen für die Entwicklung zum Full-Service-Anbieter in Sachen Stahl ist die neue Fertigungsstraße. Die von Behringer stammende Anlage ist rund 72 Meter lang und verbindet drei bislang getrennte Bearbeitungsschritte: Strahlen, Sägen und Bohren. Was zuvor auf einzelnen Anlagen erledigt werden musste, läuft nun in einem exakt aufeinander abgestimmten Prozess. Die schweren Bauteile müssen außerdem nicht mehr zwischen einzelnen Maschinen bewegt werden – das Material wird über die verschiede-



nen Stationen der Anlage gefördert. Für das einfache Handling sorgt unter anderem moderne Krantechnik. „Ein Laser erkennt dann, welches Bauteil vorliegt und welche Bearbeitung erforderlich ist“, beschreibt Heeks.

So entstehen beispielsweise Stahlträger, die nicht nur auf Maß gesägt, sondern bereits gebohrt und gestrahlt aus der Anlage kommen. Und genau darin liegt der entscheidende Vorteil für die Kunden. „Wir wollen unseren Kunden möglichst ein fertiges Endprodukt liefern“, erklärt Heeks. „Wenn beispielsweise ein Hallenbauer einen Stahlträger benötigt, bekommt er nicht mehr einfach nur einen zugeschnittenen Träger, an dem er selbst noch Bohrungen anbringen muss, sondern er erhält das Bauteil genau so, dass es direkt in der Hallenkonstruktion verbaut werden kann.“ Für die Kunden bedeutet das also: weniger Arbeitsschritte.

Bis zu 30 Stunden kann die Anlage arbeiten, ohne dass ein Mitarbeitender unterstützen muss. Damit übernimmt sie auch Bearbeitungsschritte, die für das Glanemann-Team körperlich belastend wären. „Einfache, schwere Arbeiten möchte heute niemand mehr machen. Die Fertigungsstraße nimmt uns genau solche Arbeiten ab“, freut sich Heeks auch mit Blick auf den Fachkräftemangel in seiner Branche. Die freiwerdenden Kapazitäten können damit stärker dort eingesetzt werden, wo Erfahrung, Fachwissen und menschliches Know-how gefragt sind.

Die neue Anlage steht zugleich für einen weiteren Entwicklungsschritt bei Glanemann: die Digitalisierung der Produktion. Die ist auch an anderer Stelle sichtbar. In der Arbeitsvorbereitung setzt das Unternehmen ebenfalls auf digitale Prozesse. Mit ERP- und CAD-Systemen begleitet das Team die Kunden bereits in der Planungsphase

von Stahlbaukonstruktionen und kann die Fertigungsaufträge für die nachgelagerten Produktionsbereiche exakt vorbereiten.

Auf diese Weise bedient Glanemann heute einen breiten Kundenkreis – darunter Metallbauer, Stahlhallenbauer und Unternehmen aus dem Anlagenbau. Je individueller die Anforderungen werden, desto wichtiger werden flexible Fertigungsmöglichkeiten. „Unsere Stärke liegt in der Kombination aus Handel, Fertigung und Logistik“, sagt Heeks. „Wir können unseren Kunden nicht nur das Material liefern, sondern auch die Bearbeitung übernehmen und das fertige Produkt zu ihnen bringen.“ Geliefert wird in einem Radius von rund 250 Kilometern – unter anderem ins Emsland, ins Münsterland, ins Ruhrgebiet und bis in den Raum Köln.

INVESTITION INS WOHLBEFINDEN

Dass die Entwicklung bei Glanemann nicht allein über Maschinen gedacht wird, zeigt die jüngere Unternehmensgeschichte. Vor rund drei Jahren bezog das Unternehmen ein neues Bürogebäude mit drei Etagen in Legden. Rund vier Millionen Euro wurden damals investiert. „Neben modernen Arbeitsplätzen haben wir dabei bewusst Wert auf die Aufenthaltsqualität gelegt – mit Küche, Sitzmöglichkeiten für bis zu 80 Personen sowie Freizeitangeboten wie Kicker und Billardtisch“, betont Heeks. Er ergänzt: „Denn auch wenn automatisierte Fertigungsanlagen immer mehr Aufgaben übernehmen: Ohne Menschen geht es nicht.“ Die Investitionen in moderne Technik und gute Arbeitsbedingungen verfolgen deshalb dasselbe Ziel: Glanemann soll auch künftig ein leistungsfähiger und attraktiver Arbeitgeber bleiben. Das Unternehmen wird mittlerweile in der vierten Generation als Familienunternehmen geführt und beschäftigt mehr als 100 Mitarbeiter.

DEITMER MASCHINENBAU

Eine neue Verladezange für den Markt

Wenn passende Geräte fehlen, baut man sie eben selbst. Genau das hat Deitmer Maschinenbau gemacht. Das Unternehmen aus Legden hat eine neue Verladezange entwickelt, die jetzt auf den Markt kommt. Es handelt sich um ein Anbaugerät für Traktoren, Radlader und Frontlader, mit dem Holzstämmen und andere lange, runde Materialien verladen werden können. Die Entwicklung ist auch eine Antwort auf den zunehmenden Bedarf der Kunden aus Forst- und Landwirtschaft, die ihre vorhandenen Maschinen vielseitiger einsetzen möchten.

Denn die Verladezange lässt sich an ganz unterschiedliche Fahrzeuge und Baumaschinen andocken. „Bislang gab es nur Standardzangen mit der gängigen Euroaufnahme auf dem Markt, an die jeweils ein Adapter verschweißt ist, um sie am Fahrzeug anbringen zu können. Für unsere Zange braucht es das nicht mehr. Wir haben ein Schraubsystem, das für alle gängigen Adaptionen wie beispielsweise Weidemann, Schäffer, Thaler, Striegel, Wacker, Giant und viele weitere passt“, beschreibt Geschäftsführer Hendrik Deitmer. Gedacht ist das Gerät vor allem für die Forstwirtschaft, aber auch für den Garten- und Landschaftsbau, die Landwirtschaft und Bauunternehmen. „Praktisch in allen Bereichen, in denen Holzstämmen, Rundstangen oder hölzerne Strommasten bewegt werden müssen“, erklärt Deitmer.

Die Idee entstand aus der Praxis. „Wir mussten Kunden immer wieder vertrösten, weil Zulieferer keine passende Lösung hatten“, so Deitmer. Also begann das Unternehmen, selbst eine Zange zu



Das Deitmer-Team

Foto: Deitmer Maschinenbau

entwickeln. Rund ein halbes Jahr beschäftigte sich das Team mit der Entwicklung. Das erste Gerät ist nun fertig und soll in die Serienproduktion gehen. Erste Anfragen liegen bereits vor. Deitmer hat auf dem Markt generell einen Trend zu mehr Multifunktionalität festgestellt. „Viele Kunden im Garten- und Landschaftsbau wollen mit einem Bagger mehrere Aufgaben erledigen, auch weil Personal fehlt. Statt für jede Anwendung eine eigene Maschine vorzuhalten, werden vorhandene Bagger und Radlader mit unterschiedlichen Anbaugeräten ausgestattet und vielseitig eingesetzt“, erklärt er. Und da passe die neue Verladezange des Legdener Unternehmens gut in den Markt. Um die Entwicklung breit zu streuen, arbeitet Deitmer mit Handels- und Vertriebspartnern, auch in der DACH-Region. Auch im benachbarten Ausland gibt es feste Händler.

Für die Fertigung setzt das Unternehmen zudem auf Automatisierung. Ein sogenannter kollaborierender Schweißroboter übernimmt innerhalb des Herstellungsprozesses einige Arbeitsschritte: Die Bauteile werden auf einem Tisch eingespannt, anschließend arbeitet der Roboter die vorgesehenen Schweißnähte ab. Jährlich verlassen auf diese Weise rund 350 hydraulische Anbaugeräte für Bagger und Lader den Produktionsstandort in Legden. Neben den eigenen Produkten hat sich Deitmer ein zweites Standbein in der Forsttechnik aufgebaut und arbeitet als Service-Partner namhafter Hersteller, wie der Geschäftsführer betont. Zusätzlich fertigt das Unternehmen Hydraulikschläuche und hält ein breites Sortiment an Hydraulikverschraubungen bereit.

Anja Wittenberg



Zukunft mit Tradition

Die LVM-Agentur Löpping stellt die Weichen für die Zukunft.

Seit dem 01.08.2026 führt Frederik Löpping die Agentur gemeinsam mit seinem Vater Alfons Löpping weiter. Damit setzt sich die erfolgreiche Entwicklung unseres Familienunternehmens nun bereits in der 4. Generation fort. Für unsere Kundinnen und Kunden bedeutet dies vor allem eines: Verlässlichkeit und Kontinuität. Auch künftig stehen wir Ihnen als kompetenter Ansprechpartner in allen Versicherungs-, Vorsorge- und Finanzfragen mit persönlicher Beratung und bewährtem Service zur Seite.

Die Verbindung aus langjähriger Erfahrung und frischen Impulsen schafft die Grundlage für eine erfolgreiche Zukunft. Gemeinsam freuen wir uns auf die nächsten Jahre und darauf, Sie weiterhin zuverlässig begleiten zu dürfen. Bei der LVM-Agentur Löpping können Sie auch in Zukunft auf das bauen, was uns seit Generationen auszeichnet: Vertrauen, Sicherheit und Verantwortung.

LVM-Agentur Löpping
Alfons & Frederik Löpping



Neustadt 26 | 48739 Legden | ☎ 02566 3903 | info@loeping.lvm.de | agentur.lvm.de/loeping

VTS TRUCKS

Nutzfahrzeug-Handel im Wandel

Vor mehr als 20 Jahren gründete Ralf Stoffers VTS Trucks in Legden. Aus dem anfänglichen Handel mit Nutzfahrzeugen ist inzwischen ein europaweit tätiges Unternehmen geworden. Vermietung von gebrauchten Lkw, Transportern und Spezialfahrzeugen, ein eigener Werkstatt-Service und ein 24/7-Abschleppdienst gehören heute dazu. „Wir sehen uns heute als Mobilitätspartner“, betont Stoffers – und diese Neuausrichtung sei angesichts des Wandels in der Branche nur folgerichtig.

„Der Nutzfahrzeugmarkt verändert sich“, stellt Ralf Stoffers fest. Auch an dieser Branche geht die unsichere Wirtschaftslage nicht vorbei. Unternehmen verschieben Investitionen – zum Beispiel in ihren Fuhrpark –, gleichzeitig steigen die Anforderungen an Lkw und Co. durch neue Umweltvorgaben und die Digitalisierung.

VTS reagiert darauf mit einem breiteren Fahrzeugangebot, schneller Verfügbarkeit und mehr Serviceleistungen, wie der Geschäftsführer und Inhaber betont. „Wir müssen maximal flexibel bleiben“, so sein Ansatz. Rund 1.500 Fahrzeuge gehören heute zum Bestand. Neben Lkw und Transportern sind das auch Spezialfahrzeuge wie Kipper und Tankfahrzeuge oder Baumaschinen wie Radlader und Bagger. Der Fokus liegt dabei auf gebrauchten Modellen. VTS kauft bundesweit ein und greift auf ein großes Netzwerk an Speditionen und Händlern zurück. Ein Teil der Fahrzeuge wird in der eigenen Werkstatt aufbereitet. Kunden kommen aus Deutschland, Europa und darüber hinaus. Gefragt seien aktu-

ell vor allem Kipper, Sattelzugmaschinen, Kommunalfahrzeuge sowie Spezialfahrzeuge für Bau und Entsorgung. „Unsere Kunden achten dabei heute viel stärker auf die Gesamtwirtschaftlichkeit eines Fahrzeugs“, erklärt Stoffers. Neben dem Preis seien technischer Zustand, geringe Ausfallzeiten und schnelle Verfügbarkeit entscheidend. Mit der VTS Rent GmbH hat das Unternehmen einen weiteren Geschäftsbereich aufgebaut: die Vermietung von Fahrzeugen und Maschinen. Verliehen werden unter anderem Arbeitsbühnen, Teleskoplader, Kipper, Zugmaschinen, Lkw und Trecker. Kunden nutzen die Mietangebote etwa für Auftragsspitzen oder als kurzfristigen Ersatz. „Auch Langzeitmieten gehören dazu – ein Kipper ist beispielsweise für fünf Jahre bei einem Kunden im Einsatz“, erklärt Stoffers.

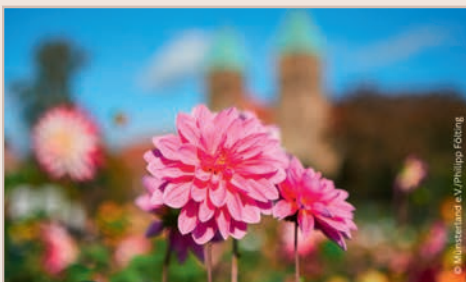
Elektroantriebe findet man bei VTS Trucks allerdings weniger – noch. „Gerade weil unsere Kunden lange Strecken mit schwerer Last fahren müssen, spielt der E-Antrieb derzeit noch keine große Rolle. Wir beobachten alternative Antriebe allerdings ganz genau und erweitern unser Angebot dort, wo es für unsere Kunden sinnvoll und wirtschaftlich ist“, gibt Tochter Darleen Stoffers, zuständig für Marketing und Vermietung bei VTS, einen Einblick. Ralf Stoffers sieht aufgrund der unmittelbaren Lademöglichkeiten vor allem im kommunalen Bereich Potenzial für Elektrofahrzeuge. „Auch Wasserstoff ist eine interessante Zukunftstechnologie. Derzeit fehlen aber vielerorts Infrastruktur und vernünftige wirtschaftliche Rahmenbedingungen, die den Wasserstoff bezahlbar machen“, räumt er ein. Intern richtet sich VTS ebenfalls neu aus. Werk-

Familienunternehmen (von links): Finn, Ralf, Martha und Darleen Stoffers.



stattprozesse und Auftragsbearbeitung sollen digitaler werden. Insgesamt beschäftigt das Familienunternehmen zurzeit 22 Mitarbeiter. „Wir sind über die Jahre gesund gewachsen“, betont Darleen Stoffers. Mit ihrem Bruder Finn, der bei VTS für Verkauf, Einkauf und in der Disposition tätig ist, bildet sie die nächste Generation im Unternehmen. „Wir würden den Betrieb gerne weiterführen. Aber bis dahin ist noch Zeit“, sagt sie. Seit 2023 ist VTS Trucks außerdem Teil der Thelen-Gruppe. „Durch die Einbindung in das Unternehmensnetzwerk erweitern wir unsere Möglichkeiten, profitieren von zusätzlichen Kompetenzen und stärken zugleich unsere Position für weiteres Wachstum – bei weiterhin eigenständiger Unternehmensführung“, betont Ralf Stoffers.

Anja Wittenberg



TOURISTIK
Legden & Asbeck

Hauptstraße 32 · 48739 Legden
02566 910-251 · tourismus@legden.de



Zeit für eine kleine Auszeit

Entdecke Legden & Asbeck.

www.legden.de/tourismus-freizeit/

B&W ENERGY

Der Batteriespeicher als cleverer Stromhändler

Strompreise schwanken stärker denn je – für Unternehmen bedeutet das weniger Planbarkeit und mitunter mehr Energiekosten. Aber auch neue Chancen. Wie Batteriespeicher in Kombination mit Photovoltaik (PV) dabei als „clevere Stromhändler“ helfen können, erklärt Heiko Gehlen, Vertriebsleiter bei B&W Energy in Heiden, im Interview. Das Unternehmen plant und setzt seit 2003 Energiekonzepte für Privat- und Gewerbekunden um und hat seither mehr als 13.000 Photovoltaikanlagen und rund 3.500 Batteriespeicher installiert.



Foto: B&W Energy

Aktuell hat B&W Energy auf dem Mitarbeiterparkhaus bei Ernsting's family in Coesfeld-Lette eine PV-Anlage installiert. 644 Module erzeugen rund 256.000 kWh Solarstrom pro Jahr.

Herr Gehlen, wie ist die Lage auf dem Energiemarkt?

Der Markt war schon immer viel in Bewegung. Aber zurzeit schwanken die Energiepreise deutlich stärker als früher. Vor zehn bis 15 Jahren war Strom über den Tag und über das Jahr vergleichsweise homogen bepreist. Heute kann es passieren, dass Strom zeitweise sehr günstig ist, während er in den Abendstunden deutlich teurer wird. Für Unternehmen ist das eine schwierige Entwicklung, weil die künftigen Energiekosten schlichtweg schwer kalkulierbar sind. Gleichzeitig ist diese Preisdynamik aber auch eine große Chance für Unternehmen, insbesondere für Betriebe mit eigenem Stromspeicher.

Wie das?

Ein klassischer Anwendungsfall ist die Eigenverbrauchsoptimierung: Strom wird mit einer Photovoltaikanlage selbst erzeugt, in einem Batteriespeicher „zwischengelagert“ und später dann genutzt, wenn die Sonne nicht scheint. Hinzu kommt die Lastspitzenkapung. Große Stromkunden zahlen einen wesentlichen Anteil ihrer Stromrechnung für Lastspitzen – also dafür, dass sie zu bestimmten Zeitpunkten besonders viel Strom aus dem Netz ziehen, etwa weil viele Maschinen in der Produktion gleichzeitig starten. Daran bemisst sich der Leistungspreis, der dann in die Höhe gehen kann und der die Stromrechnung verteuert. Mit einem Speicher lässt sich dieses Verbrauchsprofil glätten, sodass die Energiekosten unterm Strich gesenkt werden können. Viel span-

nender ist ein Stromspeicher aber bei der Beschaffungsoptimierung.

Erklären Sie mal.

Mittlerweile dürfen Speicher auch Strom aus dem öffentlichen Netz beziehen und zwischenlagern. Bei einem dynamischen Stromtarif kann der Speicher Strom dann auf dem Markt einkaufen und speichern, wenn er günstig ist. Diesen Strom kann er dann nutzen oder später wieder verkaufen, wenn die Preise auf dem Markt steigen.

Der Batteriespeicher wird also zum cleveren Stromhändler?

(lacht) Ja, genau. Und zwar in beide Richtungen. Auf der Einspeiseseite kann der günstig selbst erzeugte PV-Strom gewinnbringender auf dem Markt verkauft und ins Netz eingespeist werden. Das nennt

man Arbitrage oder Trading. Auf der Bezugsseite kann der Speicher wiederum dabei helfen, Strom dann einzukaufen, wenn er günstig ist. Dieser kann dann einfach im Speicher „zwischengeparkt“ und erst dann genutzt werden, wenn er wirklich benötigt wird. Entscheidend ist also nicht mehr nur die Frage: Wie viel Strom produziert meine PV-Anlage? Sondern auch: Wann verbrauche, kaufe oder verkaufe ich ihn?

Ist das bei den Unternehmen schon angekommen?

Jein. Wir vergleichen das ein bisschen mit den Anfängen der Photovoltaik. Damals mussten wir erklären, dass ein Solarmodul tatsächlich Strom produziert. Jetzt müssen wir über Batteriespeicher aufklären – und zwar nicht nur technisch. Es

geht auch um Versicherung, Brandschutz, Baugenehmigungen und vor allem um die Frage: Was mache ich mit dem Speicher? Welche Anwendungsfälle sind für den Kunden wirtschaftlich interessant?

Für welche Unternehmen lohnt sich denn ein Speicher?

Pauschal gesagt, gibt es wenige Kunden, für die ein Speicher gar keinen Sinn macht. Man kann sowohl die Einspeiseseite als auch die Bezugsseite optimieren. Jeder Kunde hat schließlich einen Strombezug. Wenn bereits eine Photovoltaikanlage vorhanden ist, lohnt sich ein Speicher in der Regel immer.

Was müssen Unternehmen dabei beachten?

Gewerbliche und industrielle Speicher werden heute häufig für den Außeneinsatz gebaut. Ab einer gewissen Größenordnung kann deshalb eine Bauanzeige oder Baugenehmigung erforderlich sein. Das ist von Kommune zu Kommune unterschiedlich und muss geprüft werden. Auch Versicherung und Brandschutz sollten von Anfang an berücksichtigt werden.

Wie hat sich die Nachfrage nach Batteriespeichern bei B&W Energy entwickelt?

Die vergangenen anderthalb bis zwei Jahre waren sehr dynamisch. Wir verbauen heute Produkte, die es vor zwölf Monaten teilweise noch gar nicht gab. Deshalb haben wir uns technisch, aber auch bei der Beratung stark weiterentwickelt. Heute geht es viel mehr um das Gesamtsystem und die Dienstleistungen rund um den Speicher. Das Schöne ist: Die PV-Projekte werden durch Speicher deutlich wirtschaftlicher – und das hilft uns

natürlich in der Kundenansprache. Wo eine Photovoltaikanlage früher eine Amortisationszeit von sechs bis acht Jahren hatte, lassen sich heute Gesamtenergiekonzepte erstellen, die sich teilweise in weniger als drei Jahren rechnen.

Haben Sie ein Beispiel?

Wir haben vor Kurzem einen Kunden aus der Kühllogistik ausgestattet. Kühllhäuser haben ganzjährig einen hohen Stromverbrauch. In dem Fall wurde zunächst eine Photovoltaikanlage gebaut. Im Sommer war zeitweise mehr PV-Strom vorhanden, als direkt gebraucht wurde, im Winter reichte die eigene Produktion dagegen bei Weitem nicht aus, sodass viel teurer Strom auf dem Markt hinzugekauft werden musste. Wir haben deshalb den Lastgang des Kunden analysiert und den Speicher entsprechend dimensioniert. Im Winter kann er dank Speicher den benötigten Reststrom möglichst kostengünstig in Randzeiten aus dem Netz beziehen und zwischenspeichern. Im Sommer kann überschüssiger PV-Strom gespeichert und möglichst gewinnbringend ins Netz eingespeist werden. Zusätzlich übernimmt der Speicher ganzjährig Aufgaben wie die Lastspitzenkappung.

Was zeigt dieses Beispiel für die Zukunft der Energieversorgung von Unternehmen?

Batteriespeicher sind heute schon im Zentrum des Energiesystems. Es geht nicht mehr nur darum, eine Photovoltaikanlage oder eine Wallbox zu installieren, sondern das Energiesystem eines Unternehmens ganzheitlich zu optimieren.

Das Interview führte
Anja Wittenberg

*Heiko Gehlen,
Vertriebsleiter
B&W Energy*



Foto: Anja Wittenberg

DIE KOSTENLOSE UNTERNEHMERPLATTFORM

WA-Börsen

Die Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Kreis Borken (WFG) bietet Unternehmen zwei Service-Plattformen an. Zum einen die Nachfolge-/Kooperationsbörse (<http://www.wfg-borken.de/nachfolge-kooperationsboerse/>), in der kostenfrei Angebote und Nachfragen nach Beteiligungen, Übernahmen, Übergabe-Angebote oder Nachfolgegesuche aufgenommen werden, die ebenfalls in der bundesweiten Unternehmensnachfolgebörse *nexxt-change* erscheinen können. Ansprechpartner dafür ist Ingo Trawinski, Tel. 02561-9799920. Zum anderen betreut die WFG die Gewerbeflächen- und Immobilienbörse (<https://kreis-borken.muensterland.blis-online.eu>), in der freie gewerbliche Immobilien kostenfrei auf einer Internet-Präsentationsplattform veröffentlicht werden können. Die Angebote erscheinen auf Kreisebene sowie bei den einzelnen Kommunen in einer modernen grafischen Darstellung mit vielen Informationsfunktionen. Ansprechpartnerin dafür ist Tanja Kolhoff, Tel. 02561-97999-80. An dieser Stelle erfolgt ein Auszug der aktuellen Angebote beider Börsen.

KOOPERATIONS- UND NACHFOLGEBÖRSE

Die WFG nimmt kostenfrei Angebote und Nachfragen nach Beteiligungen, Übernahmen, Übergabe-Angebote, Nachfolgegesuche oder Kooperationswünsche in dieser Börse auf. Sie arbeitet eng mit der bundesweiten Unternehmensnachfolgebörse *nexxt-change* zusammen. Die WFG übernimmt die Vermittlung bzw. sie leitet Interessierte an die Inserenten weiter. Eine Garantie für den Vermittlungserfolg gibt die WFG nicht. Auf Wunsch begleitet die WFG auch die weitere Kontaktaufnahme.

 Ingo Trawinski
 02561-9799920

SIE SUCHEN EINEN NACHFOLGER?

Chiffre 529 Erfahrener Geschäftsführer und Vertriebsprofi im Bereich Maschinenbauelemente sucht neue Herausforderung. Gesucht wird eine Position als Geschäftsführer, in der Geschäftsleitung oder im Vertrieb. Eine Beteiligung als Teilhaber ist ebenfalls vorstellbar.

Chiffre 528 Handwerksmeister mit Führungserfahrung und kaufmännischer Zusatzqualifikation: Angestrebt wird eine strategische Beteiligung oder vollständige Übernahme. Qualifikation: Metallbaumeister (Konstruktionstechnik), Schweißfachmann, Technischer Betriebswirt IHK (Abschluss 2027).

Chiffre 524 Erfahrene Führungs- und Vertriebspersönlichkeit sucht Nachfolge oder Geschäftsführung: Mit langjähriger unternehmerischer und vertrieblicher Erfahrung – davon zehn Jahre in eigener Unternehmensführung – biete ich fundiertes Know-how in Führung, Kundengewinnung und Marktentwicklung.

Chiffre 521 Als Techniker und Betriebswirt verfüge ich über Führungserfahrung als Betriebs- und Produktionsleiter. Darüber hinaus begleite ich Unternehmen bei der Digitalisierung und Optimierung von Geschäfts- und Produktionsprozessen. Was ich suche: Etabliertes Unternehmen im Mittelstand, Branche: Produktion, Technische Dienstleistung, Größe: ca. 10-50 Mitarbeiter.

Chiffre 514 Maschinenbauingenieur (49 Jahre) und ausgebildeter Industriemechaniker sowie Kommunikationsexperte Leadership sucht ein Unternehmen zum Kauf oder im Rahmen einer Beteiligung zusammen mit einem finanz-

starken Investor. Auch eine Anstellung als Geschäftsführer ist möglich, falls die Anteilseigner des Unternehmens Gesellschafter bleiben möchten. Erfahrungshintergrund: Zunächst technische Positionen bekleidet mit späterer technischer Leitung auf globaler Ebene. Weiterentwicklung in den Vertriebsbereich mit mehreren leitenden Positionen und regionaler sowie globaler Verantwortung. In den letzten Jahren tätig in der Geschäftsleitung bzw. als Geschäftsführer in mittelständischen Unternehmensstrukturen, als Teil eines Konzerns, aber auch für Familienunternehmen. Gesuchte Betriebsgröße: 5-15 Mio. Euro Umsatz und 20-100 Mitarbeiter.

Chiffre 510 Wirtschaftsingenieur sucht Nachfolge oder Beteiligungsoption in den Branchen Energie, Maschinenbau, Dienstleistungen oder IT, auch offen für neue Branchen.

Chiffre 504 Wir sind eine erfolgreiche Hausverwaltung im Kreis Borken und möchten weiterwachsen. Hierzu suchen wir Hausverwaltungen zur Übernahme/Kooperation. Die Unternehmen sollten ihren Sitz in den Kreisen Borken/Steinfurt bzw. dem nördlichen Ruhrgebiet haben und bis zu 3.000 Einheiten betreuen. Denkbar ist eine Übernahme mit Personal und Inventar. Auch interessant sind Handwerksbetriebe aus den folgenden Branchen: Malerbetrieb, Gala-Bauer, Hausmeister-Service, Reinigungs- u. Putzservice oder Trockenbauer.

Chiffre 503 Installateur- und Heizungsbaumeister sucht Betrieb zur schrittweisen Unternehmensnachfolge: 27 Jahre alt, Installateur- und Heizungsbaumeister. Nach meiner Ausbildung als Anlagenmechaniker SHK und Bürokaufmann habe ich Berufserfahrung sowohl im Handwerk als auch als Fachplaner TGA in einem Ingenieurbüro gesammelt. Ich suche einen bestehenden SHK-Betrieb (Sanitär, Heizung, Klima), dessen Inhaber in den nächsten Jahren eine Nachfolge oder Teilhaberschaft plant.

Chiffre 501 Wir suchen einen etablierten SHK-Betrieb im westlichen Münsterland (3–20 Mitarbeitende) zum Kauf oder gern auch in Kooperation mit perspektivischer Übernahme.

Chiffre 496 Wir suchen kleine Handwerks-/Elektrobetriebe im SHK-/Elektro-Bereich mit Schwerpunkt erneuerbare Energien, Photovoltaik und Ladesäulen im Raum Münster und Umgebung zur Übernahme.

Chiffre 488 Mit einem Studienabschluss im Wirtschaftsingenieurwesen und mehrjähriger Führungserfahrung als Produktions- und Logistikleiter in der Industrie möchte ich mich neuen beruflichen Herausforderungen stellen. Ich suche ein Industrieunternehmen bevorzugt im Bereich Maschinenbau, Kunststoffverarbeitung oder Logistik im

Umkreis von 50 km von Gronau zur Übernahme, kann mir aber auch eine Beteiligung bzw. Anstellung mit der Option der Unternehmensnachfolge vorstellen. Ich kann Erfahrungen in der Prozessoptimierung (Qualitäts-, Projekt- und Lean-Management) nachweisen.

Chiffre 363 Sanitär und Heizungsbetrieb im westlichen Münsterland mit 5-10 Mitarbeitern gesucht. Gerne zum Kauf oder zu Anfang auch gemeinsam in Kooperation mit einer perspektivischen Übernahme. Ein Heizungsbaumeister im Betrieb wäre von Vorteil.

Chiffre 318 Dipl.-Ing., 54 J., langjährige Erfahrung als Geschäftsführer und Unternehmer sucht aus den Bereichen Maschinenbau, Kunststofftechnik und aus dem Bereich Consulting (QM-Unternehmen aus dem technischen Bereich) Betrieb zur Übernahme oder Beteiligung.

SIE SUCHEN EIN UNTERNEHMEN?

Chiffre 530 Für unser erfolgreiches und langjährig etabliertes Metallbauunternehmen suchen eine Nachfolgelösung. Mit einem hoch qualifizierten und engagierten Team von ca. 25 Personen fertigen wir verschiedenste Stahlbauteile. Alternativ käme auch der Verkauf an ein artverwandtes Unternehmen in Frage.

Chiffre 522 Pflanzenhandel in NRW bietet tätige Beteiligung: 20 Beschäftigten und eine betriebliche Leistung von rund 3-4 Mio. Euro. Das Unternehmen verfügt über einen renommierten stabilen Kundenstamm in der DACH-Region. Neben dem Handel der jeweiligen Erzeugnisse werden die Produkte auch anteilig am betriebseigenen Standort produziert. Für das weitere Wachstum des Unternehmens wird eine anteilige tätige Beteiligung an der GmbH zur Unterstützung des anderen Gesellschafters angeboten. Schwerpunkt auf Pflanzenvertrieb bei den gewerblichen Kunden.

Chiffre 520 Für ein mittelständisches Unternehmen im Industriebau wird im Zuge einer geplanten Unternehmensnachfolge ein technischer Geschäftsführer (m/w/d) gesucht. Der Leistungsumfang reicht von der individuellen Beratung und Planung über die eigene Fertigung und Montage bis hin zur teil- und schlüsselfertigen Realisierung anspruchsvoller Bauprojekte. 30 Mitarbeitende. Idealerweise bringen Sie Erfahrung aus den Bereichen Industriebau, Stahlbau, Konstruktion oder verwandten technischen Disziplinen mit.

Chiffre 513 Etablierte und profitable kleine Kaffeemanufaktur sucht eine Nachfolgelösung (Verkauf, Vermietung). Die Manufaktur verfügt über eine komplett eingerichtete

CYBERANGRIFF

Wenn der Betrieb plötzlich stillsteht

Cyberangriffe betreffen längst nicht nur internationale Konzerne. Auch kleine und mittelständische Unternehmen in unserer Region geraten zunehmend in den Fokus – unabhängig von Branche und Betriebsgröße.

Wie nah dieses Risiko ist, zeigte uns vor Kurzem ein größerer Cyberschaden in der eigenen Kundschaft. Wichtige Daten und Systeme waren nach einem Angriff nicht mehr verfügbar, Arbeitsabläufe erheblich eingeschränkt und der Betrieb rund zwei Wochen beeinträchtigt. Ein Vorfall, der deutlich macht: Schon eine täuschend echte E-Mail oder ein kompromittierter Zugang kann weitreichende Folgen haben.

Neben der Wiederherstellung von Daten und Systemen können hohe Kosten durch IT-Spezialisten, Betriebsunterbrechungen, rechtliche Beratung und die Information betroffener Kunden entstehen. Technische Sicherheitsmaßnahmen und regelmäßige Datensicherungen sind deshalb unverzichtbar. Einen vollständigen Schutz bieten sie jedoch nicht.

Eine gewerbliche Cyberversicherung ergänzt die technische Vorsorge. Sie kann im Ernstfall schnelle Unterstützung durch spezialisierte Fachleute ermöglichen und die finanziellen Folgen eines Angriffs auffangen.

Wie lange könnte Ihr Unternehmen ohne Daten, Programme und digitale Kommunikation weiterarbeiten – und wie gut wäre es auf diesen Ernstfall vorbereitet?



Jörg Wigbels

Experte für Firmenversicherungen und Cyber Risiken

wigbels-versicherungsbuero.de

Kaffeerösterei mit einem 25 kg Probat-Trommelröster, mehreren hochwertigen Mühlen, Schütten, VW-Transporter und Anhänger.

Chiffre 512 Für unseren modernen nach ISO 9001-2015 zertifizierten Zerspanungsbetrieb für Großbauteile, suchen wir einen mitarbeitenden Gesellschafter für die Unternehmensnachfolge. Ausstattung Portalfräsen CNC Fahrständer-Bearbeitungszentren Soraluce FR 30000 und Soraluce FR 16000 Bearbeitung von Werkstücken bis 30 m Länge und 100 t Gewicht ausgestattet mit Heidenhain Steuerung über 5 Achsen beweglich. Qualifikationsprofil: Meister, Techniker oder Wirtschaftsingenieur mit Berufserfahrung im Bereich Zerspanung bzw. Metallverarbeitung.

Chiffre 500 Erfolgreiches Unternehmen aus dem Bereich der Metallverarbeitung sucht Nachfolge-/Beteiligungslösung: Der Betrieb beschäftigt aktuell 100 Mitarbeiter und verfügt über einen hochmodernen Maschinenpark.

Chiffre 499 Etabliertes Innenausbau- und Objektbauunternehmen/Tischlerei mit 30 Mitarbeitern und ca. 3,5 Mio. Euro Umsatz sucht Nachfolge, Investor oder Teilhaber.

Chiffre 495 Etabliertes, inhabergeführtes Geschäft für Braut- & Abendmode in Bocholt aus Altersgründen in liebevolle Hände abzugeben. Das barrierefreie Ladenlokal ist gemietet und befindet sich in der Innenstadt. Parkplätze sind vorhanden. Aktuell ist auch eine Änderungsschneiderei angegliedert.

Chiffre 486 Für mein etabliertes Fachgeschäft für Blumen und hochwertiges Interieur suche ich einen Nachfolger. Integrierte Kaffeebar mit der Möglichkeit, einen Bereich als Café zu nutzen, hochwertige Geschäftsausstattung (Teeküche, WCs und Böden neu, große Schaufensterfläche, dadurch lichtdurchflutet, Keller als Lagerraum, Parkplätze vor der Tür), Gebietsschutz für renommierte Marken wie Guaxs, DutZ, Decocandle, Hkliving, Lakrids, Geschäftsgröße ca. 110 qm plus Keller ca. 70 qm.

Chiffre 485 Etabliertes Ingenieurbüro für Maschinenbau aus dem Westmünsterland mit ca. 15 Mitarbeitern sucht Nachfolger. Konstruktionstätigkeit in verschiedenen Branchen mit mehreren CAD-Systemen.

Chiffre 482 Aus persönlichen Gründen möchte ich mein Geschäft weitergeben, integrierte Kaffeebar mit der Möglichkeit, einen Bereich als Café zu nutzen, hochwertige Geschäftsausstattung (Teeküche, WCs und Böden neu, große Schaufensterfläche, dadurch lichtdurchflutet, Keller als Lagerraum, Parkplätze vor der Tür), Gebietsschutz für renommierte Marken wie Guaxs, DutZ, Decocandle, Hkliving, Lakrids, Geschäftsgröße ca. 110 qm plus Keller ca. 70 qm.

Chiffre 480 Gut eingeführte Gärtnerei abzugeben. Der Betrieb verfügt über eine Fläche von 10.000 qm unter Glas und ist technisch gut und ressourcensparend eingerichtet.

Chiffre 476 Hotel- und Restaurantbetrieb abzugeben. Neben den ca. 20 Zimmern gibt es einen Saalbetrieb, Gastronomie und Kegelbahnen sowie Biergarten.

Chiffre 462 Gepflegter und voll ausgestatteter Friseursalon (12 Bedienplätze) abzugeben. Ein separater Kosmetikraum kann untervermietet werden. Der Zugang ist barrierefrei im Erdgeschoss. Der Salon wurde renoviert und hat, einschließlich der Nebenräume 125 qm Betriebsfläche.

Chiffre 438 Familiengeführtes Unternehmen für Heizung, Sanitär und Klimatechnik im westlichen Münsterland sucht einen Sanitär- und Heizungsbetrieb mit ca. 10 Mitarbeiter/innen zum Kauf oder zu Anfang auch für eine Kooperation mit einer perspektivischen Übernahme.

Chiffre 419 Für einen renommierten und jahrzehntelang erfolgreichen Einzelhandelsbetrieb wird eine tatkräftige und engagierte Gründerpersönlichkeit gesucht. Das Unternehmen handelt mit Spezialbekleidung und -ausrüstung und hat sich hier einen überregional sehr guten Ruf erarbeitet. Es werden insgesamt 10 Personen beschäftigt.

Chiffre 375 Für eine freiberufliche Unternehmensberatung im Nordkreis Borken wird aus Altersgründen ein Nachfolger gesucht. Das Unternehmen besteht seit über 30 Jahren im Vollerwerb und hat ein breites Kundenportfolio aus Handwerk, Industrie und Dienstleistung. Darüber hinaus bestehen vielfältige Kontakte zu Steuer- und Unternehmensberatungen, Banken, vielen Wirtschaftsorganisationen usw.; der Inhaber ist bei diversen Förderprogrammen registriert.

Chiffre 339 IT-Serviceunternehmen, seit Jahrzehnten am Markt eingeführtes regional tätiges Unternehmen mit gewerblichen Kunden; alle Dienstleistungen im Bereich IT-/ITK-Infrastruktur, Service als Wartungs-/Servicevertrag oder als Rufbereitschaft. Mehrere Herstellerpartnerschaften sind langjährig vorhanden.

SIE SUCHEN EINE KOOPERATION ODER EINEN KOOPERATIONSPARTNER?

Chiffre 519 Biete Untermiete in Tischlerei an: Um die Maschinen besser auszulasten zu können, biete ich die Mitnutzung an. Alle Standardmaschinen wie Formatkreissäge 2x, Dickenhobel/Abriecher, Fräse, Kantenanleimer, Vertikale Plattensäge, Kantenschleifer, Oberflächenbereich mit Absaugung usw. sind vorhanden. Die Werkstattfläche ist beheizt ca. 250 qm, überdachte Außenfläche mit Kragarmregalen ca. 120 qm. Spätere Übernahme der Werkstatt möglich.

Chiffre 516 Mitgründer mit technischen Kenntnissen im Bereich digitale Simulationen gesucht. Interesse ohne technische Kenntnisse möglich. Für Kooperationen offen.

Chiffre 511 Wir suchen einen Kooperationspartner für eine Hochleistungsfräse mit bestehendem Maschinenpark. Zum Maschinenpark gehören: CNC Fahrständer-Bearbeitungszentren: Soraluce FR 30000 und Soraluce FR 16000, Bearbeitung von Werkstücken bis 30 Meter Länge und 100 t Stückgewicht, Krankapazität bis 100 Tonnen, nach ISO9001-2015 zertifiziert.

Chiffre 507 Ein Hotel im staatl. anerkannten Erholungs-ort Reken möchte weiter expandieren und sucht hierfür Partner/Investoren: Anbau von 27 Gästezimmern und die Erweiterung des Restaurants um 70 Plätze geplant, um die steigende Nachfrage zu bedienen. Geplant sind auch Wellness- und Spa-Räume sowie Seminar- und Gruppenräume, um neue Zielgruppen zu erschließen. Die Investitionssumme beträgt 2,5 bis 3 Millionen Euro. Für die Umsetzung werden nun Partner bzw. Investoren gesucht.

Chiffre 502 Ich suche ein Unternehmen/Kooperation: Bauhaupt- und Ausbaugewerbe (Hoch- und Tiefbau, Rückbau, Abbruch), Elektrotechnik, Schaltanlagenbau, Gebäudetechnik, Entsorgung, Recycling, Containerdienste, Dachdecker- und Zimmereibetriebe, Tischlerei, Innenausbau, Holz- und Bautenschutz, Handwerksnahe Service- und Sanierungsbetriebe (Rohrreinigung, Kläranlagenbau, Haustechnik), Mitarbeiter: ca. 8-20, Umsatz: 1-3 Mio. Euro p.a., EBITDA: 100-300 Tsd. Euro; durch meine berufliche Erfahrung im Elektrogroßhandel (Verantwortung für >10 Mio. Euro Umsatz, Führung von sieben Mitarbeitern) brin-

ge ich sowohl technisches Wissen (Bau, Elektro, HLK) als auch kaufmännische Kompetenz (Vertrieb, Ausschreibung, Projektmanagement) mit. Zusätzlich verfüge ich über ein belastbares Netzwerk in der regionalen Bau- und Handwerksbranche.

Chiffre 457 Kleine Werbeagentur (klassische Werbung und Webdesign) sucht einen Kooperationspartner im Bereich Onlinemarketing SEO, SEA, SEM (evtl. auch mit Interesse an Gründung eines Unternehmens in diesem Bereich).

Chiffre 450 Wir suchen für den Neubauvertrieb Projektentwickler verschiedener Assetklassen/Gebäudearten. Dabei können wir auf eine sehr ausgeprägte Datenbank mit Ankaufprofilen von Investoren zugreifen. Wir sind interessiert an: Mehrfamilienhäusern & Wohnanlagen/Wohnquartieren, Kindertagesstätten, Bildungseinrichtungen/Schulen/Hochschulen, Logistikimmobilien, Produktionsflächen, Pflegeeinrichtungen/Pflegeheimen/Betreutes Wohnen/Pflegeimmobilien.

Chiffre 374 Neuzugründendes Unternehmen in Borken sucht Partner/Beteiligung. Es handelt sich um Spezialteile (Baugruppen), vorwiegend als Ersatzteile, für die kunststoffverarbeitende Industrie. Durch eine langjährige Tätigkeit in diesem Bereich verfüge ich über exzellente Kontakte sowie das entsprechende vertriebliche als auch technische Know-How.

Chiffre 287 Erfolgreicher Malerfachbetrieb möchte weiter expandieren und sucht daher nach Kooperationsmöglichkeiten. Kooperation kann z.B. im gemeinsamen Materialeinkauf, gemeinsamer kaufmännischer Steuerung oder Baustellenabwicklung erfolgen. Kapitalbeteiligung und personelle Beteiligung und Übernahme möglich.

GEWERBE-IMMOBILIEN

Die WFG bietet in Zusammenarbeit mit den Kommunen im Kreis Borken eine cloudbasierte Gewerbeimmobilienbörse an. Die kreisweite Internet-Präsentationsplattform bietet ein einfach bedienbares Content-Management-System und ein Geographisches Informationssystem. Auch Makler und Eigentümer von gewerblichen Immobilien können über das Aufnahmeformular oder einen direkten Zugang ihre Immobilienangebote kostenfrei und

aktuell einpflegen. Weitere Einzelheiten und Exposés unter <https://kreis-borken.muensterland-blis-online.eu>

 **Tanja Kolhoff**
02561-9799980

ANGEBOTE

AHAUS

Chiffre AH_216984 Gewerbefläche/Bürofläche in einem Wohn- und Geschäftshaus mit 130 qm Nutzfläche zu vermieten.

Chiffre AH_215564 Bürogebäude im Gewerbegebiet Ahaus-Nord zu vermieten, 850 qm mit 3 ausgebauten Etagen (Kellergeschoss, Erdgeschoss und Obergeschoss).

Chiffre AH_216883 Lagerhalle/kleine Werkstatt mit Einfamilienhaus mit 165 qm Nutzfläche zu verkaufen.

Chiffre AH_216884 Hochwertige Praxiseinheit mit 238,23 qm in gepflegtem Mehrparteienhaus (Bj. 2005). Aktuell 13 flexibel gestaltbare Räume, 4 WC-Einheiten, gehobene Ausstattung, Klimaanlage und Alarmanlage. 7 Stellplätze direkt am Objekt. Ideal für medizinische, therapeutische oder sonstige gewerbliche Nutzung.

Chiffre AH_217012 Einmalige Fachmarktfäche, provisionsfreie Vermietung von 1.496 qm Nutzfläche.

Chiffre AH_215443 Bürogebäude im Gewerbegebiet Ahaus-Ost II: Die 4 Büros im EG mit Sozialtrakt sind 275 qm groß inklusive Küche und WC sowie 6 Parkplätzen. Büros könnten auch einzeln vermietet werden.

Chiffre AH_215446 Industriehalle im Gewerbegebiet Ahaus-Ost II: große Lagerhalle mit 6m breiten Rolltor, die geteilt ist mit einer Fläche von ca. 800 qm. Die Halle ist beheizt und mit zwei 10 Tonnen-Kränen ausgestattet. Ein Büro könnte separat mit angemietet werden.

Chiffre AH_215339 200 qm Büro- oder Praxisfläche in zentraler Lage, flexible Nutzbarkeit für Praxis, Büro oder Dienstleistung. Barrierefreier Zugang durch Personenaufzug, repräsentatives Ambiente und moderne Ausstattung.

BOCHOLT

Chiffre 5209 Innenstadt Gewerbeimmobilie/Gastronomie/Ladenlokal in Bocholter Innenstadt, zur Miete, EG, ca. 200 qm (Erweiterung möglich).

Chiffre sys_216991 Hallen für Einzel-/Großhandel/Lager mit kleinem Büro zu vermieten: Das Objekt besteht aus zwei Hallen. Die Haupthalle hat ca. 750 qm und die hintere Halle hat ca. 350 qm.

Chiffre sys_216416 Etage in einem Wohn- und Geschäftshaus mit 123 qm zu vermieten.

Chiffre sys_216695 Vielseitig nutzbare Produktionshalle mit ca. 1.210 qm Produktionsfläche, 125 qm Büro- und Sozialräumen sowie 720 qm befestigter Freifläche. Ausstattung mit 8-t-Kranbahn über die gesamte Hallenlänge sowie 4 Sektionaltoren (bis 5,00 x 5,40 m).

Chiffre 5289 Unbebautes Grundstück Gewerbegrundstück/Abbrissobjekt, zu pachten, ca. 5.500 qm.

Chiffre 5066 Individuell gestaltbare Räumlichkeiten für Büro/Praxis in Bocholter Innenstadt, zur Miete, 1. OG., ca. 171 qm (Erweiterungsmöglichkeiten gegeben), Stellplätze/Garagen anmietbar.

BORKEN

Chiffre 0217 Gewerbe- und Wohnkomplex mit Potenzial, ländlich gelegen mit 700 qm Nutzfläche zu verkaufen.

Chiffre sys_2026_1711 Moderne und helle Bürofläche mit 388,26 qm in gepflegtem Gewerbeobjekt. Die Einheit

umfasst einen großzügigen Empfangsbereich, 11 Büroräume, Besprechungsraum sowie eine geräumige Mitarbeiterküche. 15 Stellplätze können zusätzlich angemietet werden.

Chiffre sys_215573 Neubau-Gastronomiefläche mit ca. 150 qm im Erdgeschoss sowie großzügiger Außenterrasse (ca. 94 qm) direkt an den neuen Aa-Terrassen, mit Blick auf Fluss und Stadtpark. Zusätzlich ca. 102 qm Lager-, Sanitär- und Nebenflächen im Kellergeschoss.

GESCHER

Chiffre sys_2026_1710 Bürofläche mit 60,34 qm Nutzfläche zu vermieten.

Chiffre sys_2026_1709 Gepflegte Bürofläche mit ca. 200 qm in verkehrsgünstiger Lage zu vermieten. Die Büroeinheit überzeugt durch eine funktionale und vielseitig nutzbare Raumaufteilung. Insgesamt stehen sechs helle Büroräume und ein Lagerraum zur Verfügung. Ein weiterer Vorteil sind die Parkmöglichkeiten direkt am Objekt.

Chiffre sys_2026_1708 Großzügige Industriehalle Zur Vermietung steht eine großzügige Industriehalle mit ca. 1.190 qm Hallenfläche sowie einem ca. 300 qm großen Schleppdach als überdachte Lager- und Abstellfläche. Die Immobilie eignet sich ideal für Lager, Logistik, Produktion oder Gewerbe. Die offene Hallenkonstruktion ermöglicht eine flexible Nutzung und optimale Arbeitsabläufe. Das zusätzliche Schleppdach bietet wertvolle, geschützte Außenlagerflächen.

GRONAU

Chiffre sys_215999 Betriebshalle zum Verkauf, neuwertiges Gebäude mit 600 qm großen, ebenerdigen Geschäftsräumen und Zufahrt für LKW. 2 großen Tore, Lichtbänder in der Deckenkonstruktion.

Chiffre sys_215998 Betriebshalle zur Vermietung: Gebäude mit 600 qm großen, ebenerdigen Geschäftsräumen und Zufahrt für LKW. 2 großen Tore, Lichtbänder in der Deckenkonstruktion. Sanitäranlagen mit WC vorhanden.

Chiffre sys_216872 Bürogebäude, 205 qm zur Miete im Industriegebiet Epe-Süd. Eine Nutzung als Büro, Praxis, Coworking oder auch Einzelhandel ist möglich. Untergeschoss Teeküche, Obergeschoss Aufenthalts- und Verpflegungsraum sowie Duschmöglichkeit.

RAESFELD

Chiffre sys_216466 Helle Büros, 32 qm zu vermieten.

Chiffre sys_215675 Gewerbeimmobilie: großzügiges Ladenlokal in zentraler Lage der Raesfelder Dorfmitte, das sich über zwei Etagen erstreckt und zusätzlich über großzügige Kellerräume verfügt. Die Immobilie war über 60 Jahre Heimat eines etablierten Möbel- und Einrichtungshauses. Der letzte umfangreiche Umbau erfolgte vor drei Jahren. 1.010 qm zur Miete.

SÜDLOHN

Chiffre sys_216634 Neubau Gewerbehalle mit 700 qm Nutzfläche zu vermieten.

Chiffre sys_216854 Verkaufsraum/Büro mit Lagerhallen: Das 13.000 qm große Objekt wurde bisher als Fachmarkt mit angeschlossenem Baustoffhandel bzw. Holzhandel genutzt. Neu kann das Objekt vielfältig genutzt werden und Umbauten sind möglich. Angebot zur Miete.

VELEN

Chiffre sys_2016_1712 Zur Vermietung steht eine Büroetage mit einer Gesamtfläche von ca. 90 qm. Der Eingangsbereich bietet einen einladenden Empfangsbereich für Kunden und Mitarbeiter. Von hier aus erschließen sich drei separate Büroräume, die flexibel als Einzel- oder Teambüros genutzt werden können. Eine offene Küche ist bereits integriert und mit einer Einbauküche ausgestattet, sodass einer sofortigen Nutzung nichts im Wege steht. Das Büro kann bei Bedarf möbliert übernommen werden.

Aktenvernichtung
BROKAMP
DATENTRÄGERVERNICHTUNG

seit über 30 Jahren

Hoher Weg 51
46325 Borken-Weseke

Telefon: 0 28 62 / 41 41 71

www.aktivenvernichtung-brokamp.de
info@aktivenvernichtung-brokamp.de

Bau dir was auf

Karriere bei Straßen.NRW in Coesfeld

Ob **Ausbildung, Duales Studium, studienbegleitende Tätigkeit** oder **Direkteinstieg**: Straßen.NRW bietet vielfältige Karrieremöglichkeiten im Ingenieurwesen, in Technik, IT und Verwaltung und weiteren spannenden Berufsfeldern. Sinnstiftende Aufgaben, flexible Arbeitszeitmodelle und sichere Perspektiven inklusive.

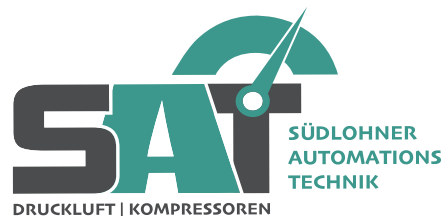
Karrierechancen entdecken und bewerben:



Wir machen Straßen fürs Leben - mach mit!

strassen.nrw.de/karriere


Straßen.NRW



Druckluftspezialist Nr. 1 im Münsterland

- Kompressoren
- Druckluftzubehör
- Energieaudit Druckluft
- Pneumatik
- Persönliche Beratung

MARK



Südlohner Automationstechnik GmbH

Weseker Weg 39 46354 Südlohn

Telefon 02862-8888 · info@suedlochner.com · www.suedlochner.com



Überall dort, wo Menschen Unterstützung brauchen, sind wir da!

Mit unseren mehr als 3.600 Mitarbeitenden und über 200 Auszubildenden sind wir eine der größten Arbeitgeberinnen der Region.

Wir sorgen für eine moderne umfassende Gesundheitsversorgung und investieren in Ausbildung und Innovation – und damit in die Zukunft des Wirtschaftsstandorts Coesfeld.

www.christophorus.eu



 CHRISTOPHORUS
KLINIKEN · COESFELD · DÜREN · HOTTEN

 CHRISTOPHORUS
KLINIK AM SCHLOSSGARTEN

 CHRISTOPHORUS
THERAPIE UND GESUNDHEIT

 CHRISTOPHORUS
MEDIZINISCHE VERSORGUNGSZENTREN

 CHRISTOPHORUS
ST. ELISABETH-STIFT

 CHRISTOPHORUS
ST. KATHARINEN-STIFT

 CHRISTOPHORUS
ST. LAURENTIUS-STIFT

 CHRISTOPHORUS
VICA DIE AMBULANTE PFLEGE



Vor Ort verbunden. Weltweit vernetzt.

**Bereit für alles,
was kommt.**

Wo immer Ihr Unternehmen Sie hinführt, wir sind an Ihrer Seite – mit persönlicher Beratung und unserem internationalen Netzwerk an Top-Spezialisten.



Mehr dazu unter
sparkasse.de/business-weltweit

Weil's um mehr als Geld geht.



**Sparkasse
Westmünsterland**