



# CHANCEN <sup>↑</sup> 1/26

## DAS OLDENBURGER WIRTSCHAFTSMAGAZIN



**DURCH DEN  
WANDEL LOTSSEN**  
Nachhaltigkeit in  
Unternehmen



**NOMEN EST OMEN**  
Herausforderung Namensfindung



**AUSBILDUNG**  
Der Jobfuchs im Quartier



**CYBERSCHUTZ**  
Vorsicht als Erfolgsfaktor



## Liebe Leserin, lieber Leser!

Nachhaltiges Wirtschaften ist ein Trend – doch noch nicht überall gelebte Realität. Viele Unternehmen stehen erst am Anfang eines Wandels, der wirtschaftliche mit ökologischer Verantwortung verbindet. Es gibt überzeugende Gründe, auf nachhaltige Lösungen zu setzen: Ressourcen schonen, die Umwelt entlasten und gesellschaftlichen Fortschritt fördern. Immer mehr Betriebe erkennen, dass Nachhaltigkeit keine Last, sondern eine Investition in die Zukunft ist – in bessere Strukturen, resiliente Geschäftsmodelle und ein positives Image.

Nachhaltige Konzepte bringen nicht nur ökologische und soziale, sondern auch wirtschaftliche Vorteile. Wer effizienter produziert, Energie spart oder Kreisläufe schließt, senkt langfristig Kosten und erschließt neue Märkte. Doch der Weg dorthin wirft Fragen auf: Wie lässt sich der eigene Betrieb Schritt für Schritt umbauen? Welche Partner, Förderprogramme und Netzwerke helfen dabei?

In dieser Ausgabe der CHANCEN blicken wir aus unterschiedlichen Perspektiven auf das Thema Nachhaltigkeit. Wir stellen Ihnen engagierte Vorreiterinnen und Vorreiter vor – sie zeigen, wie nachhaltiges Wirtschaften gelingt. Und wenn Sie auf Ihrem individuellen Weg in eine nachhaltigere Zukunft Unterstützung brauchen, steht Ihnen die Wirtschaftsförderung der Stadt Oldenburg gerne zur Seite.

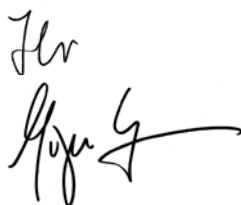


Foto: Assanmoghammad/Mittwollen



**Jürgen Krogmann**  
Oberbürgermeister



Foto: Sascha Stüber

### Unternehmen mit dem klip26 ausgezeichnet

Die Schweigatz Heizungs- und Sanitärabau GmbH, die Käthe Kaffeerösterei und die Deutsche Post sind Gewinner des erstmals verliehenen Klima-Innovationspreises klip (von links nach rechts).



Foto: Bonnie Bartusch

### Innenstadthandel: Wie sieht der richtige Mix aus?

Stefan Tenk (Schlosshöfe) und Stefan Dieker (Oldenburgs Gute Adressen) diskutieren, was den Reiz im Innenstadthandel ausmacht: inhabergeführte Geschäfte oder Filialisten.



Foto: Andreas Burmann

### Auf einen Kaffee mit: Jürgen Bath

Seit 25 Jahren ist Jürgen Bath das Gesicht des Technologie- und Gründungszentrums Oldenburg. Was sich in dieser Zeit verändert hat und wo man neue Schwerpunkte setzen möchte, verrät er im Interview.

### Andenkraft

## Zuckeralternative aus den Anden



Foto: Andenkraft

Was in den Anden seit Jahrhunderten zum Alltag gehört, soll auch in Deutschland einen festen Platz in der Ernährung finden. Mit ihrem Start-up Andenkraft bringen Justinian und Maren Gomez Moreno traditionelle Heilpflanzen aus Peru in moderne Lebensmittel – etwa als Sirup, Nusscremes oder Pulver auf Basis der Yacon-Wurzel. Die Idee entstand aus persönlichen Erfahrungen. Justinian Gomez Moreno hat familiäre Wurzeln in Peru und ist mit natürlichen Lebensmitteln aus der Region aufgewachsen. „Pflanzen mit gesundheitlichem Mehrwert spielen dort seit Generationen eine wichtige Rolle“, sagt er.

Gemeinsam mit seiner Frau Maren gründete er Andenkraft. Ein wichtiger Bestandteil des Konzepts ist die direkte Zusammenarbeit mit Bauernfamilien in Peru. „Wir wollten nicht einfach ein Produkt importieren, sondern eine Lieferkette aufbauen, die auch vor Ort Wirkung entfaltet“, erklärt Gomez Moreno. Dazu gehört auch die Unterstützung eines Wasserprojekts in Lima. Seit der Gründung im Jahr 2024 wächst die Aufmerksamkeit für die Produkte stetig. Einen großen Schub brachte der Auftritt in der Fernsehsendung „Die Höhle der Löwen“. Dort präsentierte Gomez Moreno die ballaststoffreiche Yacon-Wurzel als natürliche Alternative zu herkömmlichem Zucker – und überzeugte zwei Investoren.

Die Resonanz war enorm: Kurz nach der Ausstrahlung wurde der Online-Shop des Start-ups regelrecht überrannt. Für die Gründer ist das ein Zeichen, dass ihr Konzept einen Nerv trifft. Gomez Moreno betont: „Viele Menschen wollen ihren Zuckerkonsum reduzieren, aber nicht auf Genuss verzichten.“ Langfristig verfolgt das Gründerpaar eine klare Vision: Pflanzen aus den Anden sollen auch hierzulande selbstverständlich werden. „Unser Ziel ist, dass Yacon irgendwann so etabliert ist wie Kaffee oder Kakao“, so Gomez Moreno.

### Sprache und Synergie

Diplom-Pädagogin Bettina Fabich gründete Denies im Jahr 2000 mit dem Ziel, die deutsch-niederländische Zusammenarbeit in Wirtschaft und Verwaltung zu professionalisieren. Seit 25 Jahren unterstützt sie Unternehmen dabei, sprachliche und kulturelle Unterschiede konstruktiv zu nutzen. Internationalisierung, digitale Vernetzung und veränderte Kommunikationsformen prägen heute die Beziehungen – kulturelles Verständnis bleibt dabei der entscheidende Erfolgsfaktor.



Foto: Bettina Fabich

**Bettina Fabich**  
Denies

**„Gegenseitiges Verständnis schafft Synergie. Daran arbeite ich von Oldenburg und Groningen aus.“**

Bettina Fabich

### Hotel und Quartier

Die Hotelier-Familie Schmitz investiert in ihr Altera-Hotel im Herbartgang. Das Haus wird vollständig entkernt und umgebaut. Bis November bleiben 18 Zimmer geöffnet, anschließend eröffnet es unter neuem Namen mit 75 statt bislang 66 Zimmern. „Wir möchten weg vom reinen Übernachtungshotel hin zu einem Quartiershotel, das den Gast rund um die Uhr begleitet“, so Michael Schmitz. Geplante Highlights: eine Naturweinbar sowie eine „Genusswerkstatt“ mit wechselnden Gastköchen.



Foto: Michael Glänz

**Michael Schmitz**  
Altera Hotel

### Öl und Gesundheit

Friederike de Bruin gründete 2023 in Oldenburg die Ölmanufaktur oleo Öle. Dort werden Pflanzenöle besonders schonend und frisch gepresst. Für de Bruin sind sie weit mehr als Lebensmittel: „Sie sind grundlegende Baustoffe für unsere Gesundheit – sie versorgen unsere Zellen mit wichtigen Fettsäuren.“ Auch für Hormonsystem, Stoffwechsel und Gehirn spielen hochwertige Fette eine entscheidende Rolle.




Foto: oleo Öle

**Friederike de Bruin**  
oleo Öle



# DURCH DEN WANDEL LOTSSEN



Immer mehr Unternehmen beschäftigen sich mit nachhaltigem Wirtschaften. Die Wirtschaftsförderung der Stadt Oldenburg unterstützt sie dabei mit einer Vielzahl an Instrumenten.

**N**och ist die Fläche leer – „aber nicht mehr lange“, betont Stefan Fölsch, technischer Leiter bei der GSG Oldenburg. Auf dem Fliegerhorst errichtet die Wohnbaugesellschaft nach dem Urban-Mining-Konzept ein Mehrfamilienhaus mit 37 Wohneinheiten und einer Gewerbefläche. Verbaut werden auch Ziegelsteine, die bereits ein erstes Leben hinter sich haben. „Das ist eine sehr nachhaltige Bauweise, zumal wir die Steine aus der Nachbarschaft bekommen.“ Das Vorhaben setzt die GSG in Abstimmung mit der Wirtschaftsförderung und im Rahmen des von der Metropolregion Nordwest geförderten Projekts „Reallabor Urban Mining“ um.

Urban Mining steht für einen gravierenden Perspektivwechsel: Die Stadt wird nicht nur als Verbraucher von Ressourcen verstanden, sondern als Rohstoffquelle. Ina Lehner-Jenisch von der Wirtschaftsförderung, unter anderem zuständig für das Thema Kreislaufwirtschaft, erklärt die Idee hinter dem Projekt: „Städte sind riesige Rohstofflager. In Gebäuden stecken Baustoffe, die sich nach ihrer ersten Nutzung erneut verwerten lassen. Zum Beispiel Ziegelsteine, Beton, Holz und Bauteile wie Türen oder Fliesen.“

## 5 Fragen, die sich Unternehmen zum Thema Nachhaltigkeit stellen sollten

1. Wo verbrauchen wir die meisten Ressourcen?
2. Was lässt sich kurzfristig umsetzen?
3. Welche Investitionen lohnen sich langfristig?
4. Welche Förderprogramme können wir nutzen?
5. Wie machen wir unser Engagement sichtbar?

Die Wirtschaftsförderung hat die GSG in einem intensiven Austausch auf das Projekt der Metropolregion Nordwest hingewiesen. „Im Straßenbau ist das ein etablierter Prozess seit vielen Jahren“, sagt Stefan Fölsch. „Unsere Branche tastet sich jetzt langsam an diese Bauweise heran.“ Klimaschutz, Nachhaltigkeit und damit auch die Nutzung der sogenannten grauen Energie, also dem Umgang mit dem Gebäudebestand, entsprechen dem Geschäftsmodell der Wohnungswirtschaft und liegen dem Unternehmen besonders am Herzen. „Wir wollen da vorangehen und Maßstäbe setzen.“

### Fokus auf Nachhaltigkeit

Die Weitergabe von Informationen zum nachhaltigen Bauen und Sanieren zählt seit rund zwei Jahren zu den Angeboten im Fachdienst Regionalentwicklung der Wirtschaftsförderung. Auslöser waren einerseits steigende Anfragen von Unternehmen, andererseits das Netzwerk bau-circle, Bündnis für kreislaufgerechtes Bauen in der Metropolregion.



Die Siegerinnen und Sieger im Wettbewerb um den klip26 zusammen mit der Jury.



Stefan Fölsch von der GSG stellt die Pläne für nachhaltiges Bauen auf dem Fliegerhorst vor.

## Klimaschutzpreis der Stadt Oldenburg Botschaft angekommen



### **Roland Hentschel über den Klimapreis „klip“, Pioniergeist in Unternehmen und nachhaltige Innovationen in der Wirtschaft.**

**Herr Hentschel, die Stadt hat erstmals einen Klimaschutzpreis ausgeschrieben. Wie zufrieden sind Sie mit der Resonanz?**

**Roland Hentschel:** Sehr. Aus zwei Gründen: Es ist ein neuer Preis, der sich erst einmal Aufmerksamkeit verschaffen muss. Das scheint schon bei der Premiere gelungen. Zum anderen ist die inhaltliche Botschaft des Preises angekommen – und hat viele Unternehmen motiviert, mitzumachen und sich dem Thema unternehmerischer Klimaschutz zu stellen.

**Was waren die relevanten Kriterien für die Jury?**

**Hentschel:** Von den vorgegebenen Kategorien haben wir eindeutig die meisten Bewerbungen von kleinen Unternehmen erhalten. Für sie ist eine Bewerbung, die man neben dem Geschäftsbetrieb vornimmt, vergleichsweise mit höherem Aufwand verbunden. Deshalb haben wir hier den Pioniergeist, der trotz begrenzter Ressourcen einen messbaren Unterschied ausmacht, in den Mittelpunkt gestellt. Bei den mittleren Unternehmen sollten es nachhaltige Innovationen sein, die Strahlkraft in ihre Branche bringen und zeigen, dass Nachhaltigkeit zum Kerngeschäft zählt. Bei den großen waren Umsetzungsstrategien, die den Wandel in großem Maßstab vorantreiben und Vorbildcharakter haben, gefordert.

**Wird es nächstes Jahr wieder einen klip geben?**

**Hentschel:** Im Jahr 2027 werden wir die Vorbereitungen und die Ausschreibung für den nächsten „klip“ vornehmen, der dann aber – mit Blick auf die Prämierungsfeier im Frühjahr 2028 – „klip28“ heißen wird. Wir streben eine Ausschreibung alle zwei Jahre an.

---

Roland Hentschel ist Leiter des Fachdienstes Regionalentwicklung bei der Wirtschaftsförderung der Stadt Oldenburg.

„Nachhaltiges Wirtschaften spielt für immer mehr Unternehmen eine zentrale Rolle“, erklärt Fachdienstleiter Roland Hentschel. „Dabei geht es nicht nur um Klimaschutz, sondern auch um Fragen der Ressourcennutzung, der Energieeffizienz oder neuer Geschäftsmodelle in der Kreislaufwirtschaft. Als Wirtschaftsförderung sehen wir es als unsere Aufgabe an, Unternehmen dabei zu unterstützen, sich in diesem Themenfeld zu orientieren und Chancen zu nutzen.“

Ein weiteres Beispiel für die Aktivitäten ist die erstmalige Ausschreibung des Klimapreises „klip“, der Unternehmen auszeichnet, die mit innovativen Ideen und Projekten zum Klimaschutz und zu mehr Nachhaltigkeit beitragen (siehe Interview). Der Preis soll Projekte der lokalen Wirtschaft sichtbar machen und andere Betriebe ermutigen, ebenfalls neue Wege zu gehen.

### **Ein Siegel für mehr Vertrauen**

Ein Instrument, mit dem Unternehmen ihr Engagement für nachhaltiges Wirtschaften verdeutlichen können, ist das sogenannte EcoZert der Wirtschaftsauskunftei Creditreform. Die Zertifizierung bewertet Firmen nach Kriterien aus den Bereichen Umwelt, soziale Verantwortung und Unternehmensführung. „Wer das Siegel erhalten möchte, muss nachweisen, dass nachhaltige Aspekte in der Unternehmensstrategie und im täglichen Geschäft eine Rolle spielen“, erläutert Frank Firneisen, Vertriebsleiter bei der Creditreform Oldenburg Bolte KG.

Bei Unternehmen aus der Stadt Oldenburg trägt die Wirtschaftsförderung 50 Prozent der Zertifizierungskosten. Nachweise werden vermehrt von Banken und Partnerunternehmen erwartet. Durch die verbindliche Dokumentation des Engagements für Umwelt- und Klimaschutz kann das Siegel helfen, Vertrauen zu schaffen und die eigene Position im Wettbewerb zu stärken.

### „Wir bringen Unternehmen mit den richtigen Partnern zusammen.“

Christian Haupt-Lengert, Wirtschaftsförderung

In einer Kooperation mit dem von der Wirtschaftsförderung initiierten Klimapakt profitieren teilnehmende Unternehmen zudem davon, dass Creditreform die digitale Plattform zur Erhebung und Auswertung von ESG-Daten, also zur Bewertung der Nachhaltigkeit, kostenfrei zur Verfügung stellt. „Wir freuen uns sehr über diese Kooperation“, sagt Christian Haupt-Lengert von der Wirtschaftsförderung. Sie sei ein weiterer Baustein, um Unternehmen für den Klimapakt zu gewinnen.

#### Auf fruchtbarem Boden

Am Eingang zum Gewerbegebiet Tweelbäke hat die Floragard Vertriebs-GmbH ihren Sitz. Das Unternehmen entwickelt und vertreibt seit 1919 in über 100 Ländern Blumenerden und Kultursubstrate für den Erwerbs- und Hobbygartenbau. Aktuell wird die komplette Firmenzentrale energetisch saniert. „Wir investieren rund zwei Millionen Euro in die Maßnahmen“, rechnet Geschäftsführer Ulrich von Glahn zusammen.



Frank Firneisen, Vertriebsleiter der Creditreform Oldenburg Bolte KG, zertifiziert Unternehmen in puncto Nachhaltigkeit.

Im Vorfeld hat er sich mit Christian Haupt-Lengert und Enver Mujanovic von der Wirtschaftsförderung zusammengesetzt und sich nach Fördermöglichkeiten für den Einbau eines Kühlheizsystems, von Wärmepumpen und einer Photovoltaikanlage auf dem Dach erkundigt. „Solch ein Projekt ist technisch anspruchsvoll und finanziell eine Herausforderung“, sagt von Glahn. „Deshalb war es für uns wichtig zu wissen, wer eventuell Gelder zur Verfügung stellt und wie man sie sinnvoll nutzen kann.“

„Genau hier setzt unsere Arbeit an“, bestätigt Haupt-Lengert. Er weiß: „Viele Unternehmen haben gute Ideen, kennen aber die geeigneten Förderprogramme nicht im Detail oder stehen bei der Beantragung vor Herausforderungen. Wir unterstützen dabei, den Überblick über die verschiedenen Möglichkeiten zu bekommen, und bringen die Betriebe mit den richtigen Ansprechpartnern zusammen.“ Im konkreten Fall fanden sich diese bei der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW). Die staatliche Förderbank unterstützt mit ihrem Programm „Heizungsförderung für Unternehmen“ Investitionen in klimafreundliche Heizsysteme in bestehenden Betriebsgebäuden. Je nach Projekt können dabei Zuschüsse von bis zu 35 Prozent der förderfähigen Kosten ausbezahlt werden.

Für Ulrich von Glahn steht fest, dass sich der Aufwand lohnt. „Die Energiekosten spielen für Unternehmen natürlich eine große Rolle“, sagt er. „Wenn man durch moderne Technik effizienter arbeiten und gleichzeitig einen Beitrag zum Klimaschutz leisten kann, ist das eine lohnende Investition in die Zukunft.“ Gerade bei komplexen Projekten sei es hilfreich, frühzeitig Beratung in Anspruch zu nehmen. „Allein nach möglichen Programmen zu recherchieren, ist für mittelständische Unternehmen im Tagesgeschäft kaum zu leisten.“

#### Begleitung beim Wandel

Die genannten Beispiele zeigen, wie vielfältig nachhaltiges Wirtschaften heute umgesetzt wird. Aufgabe der Wirtschaftsförderung ist es, Unternehmen bei diesem Wandel zu begleiten – durch Beratung, Vernetzung und passende Förderprogramme. Viele Projekte beginnen mit einer Idee und der Frage nach ihrer wirtschaftlichen Umsetzung. Oft ist der erste Schritt ganz einfach ... ein Gespräch. ■



Fotos: Bonnie Bartusch

Ulrich von Glahn von Floragard möchte durch moderne Technik einen Beitrag zum Klimaschutz leisten.

# Die Sieger im Wettbewerb um den klip26

Fotos: Bonnie Bartusch



## Kleine Unternehmen

- Sieger:** Käthe Kaffeerösterei  
**Projekt:** Klimafreundliche Spezialitätenrösterei mit innovativer Fluidbed-Technologie  
**Effekt:** Der eingesetzte Fluidbed-Röster erreicht im Vergleich zu konventionellen Systemen eine Energieeinsparung von rund 30 bis 40 Prozent und reduziert Feinstaub-, Gas- und Partikelemissionen um über 90 Prozent.  
**Fazit:** Die Kaffeerösterei fungiert als Impulsgeberin für eine nachhaltigere Ausrichtung der Kaffeebranche.



## Mittlere Unternehmen

- Sieger:** Schweigatz Heizungs- und Sanitärbau GmbH  
**Projekt:** „Das Powerteam“ – Integrierte Wärmepumpen- und Photovoltaiklösungen aus einer Hand  
**Effekt:** Durch das Angebot von integrierten Systemen aus Wärmepumpe und Photovoltaik lassen sich Energieverbrauch, Kosten und CO<sub>2</sub>-Emissionen deutlich reduzieren und zugleich langfristige Versorgungssicherheit schaffen.  
**Fazit:** „Das Powerteam“ besitzt einen hohen Vorbildcharakter für andere Betriebe der Branche, die den Wandel zur erneuerbaren Energieversorgung aktiv gestalten wollen.



## Große Unternehmen

- Sieger:** Deutsche Post  
**Projekt:** Elektrifizierung der Zustellung in Postleitzahlengebieten  
**Effekt:** Kern des Projekts ist die 100-prozentige Elektrifizierung von Postleitzahlengebieten durch Investitionen in den Ausbau der E-Fahrzeugflotte und der Ladeinfrastruktur sowie durch strategische Umverteilung von E-Fahrzeugen.  
**Fazit:** Durch seine einfache Logik, Skalierbarkeit und Übertragbarkeit besitzt das Projekt hohen Vorbildcharakter für andere Logistikunternehmen und Städte.

# Jobfuchs im Talentquartier

**Den passenden Ausbildungsberuf zu finden, ist für viele Jugendliche eine große Entscheidung. In Oldenburg sollen neue Initiativen dabei helfen, den Ausbildungsstandort zu stärken und den Weg in die Berufswelt zu erleichtern.**

**D**er Fuchs gilt seit jeher als klug, aufmerksam und anpassungsfähig. In Fabeln und Geschichten steht er für Einfallsreichtum und die Fähigkeit, auch in schwierigen Situationen einen guten Weg zu finden. Eigenschaften also, die auch im Berufsleben gefragt sind – besonders für junge Menschen, die am Anfang ihrer Ausbildung stehen.

Genau an diesem Punkt setzt eine von der Stadt Oldenburg unterstützte Aktion an: Unter dem Titel „Dein Jobfuchs“ richtet sie sich gezielt an angehende Auszubildende. Die Kampagne soll Schülerinnen und Schülern der Sekundarstufe I helfen, über Praktika in Oldenburger Betrieben den für sie richtigen Ausbildungsberuf zu finden. Das Tool wird erstmalig von allen allgemeinbildenden Schulen in der Stadt im Unterricht genutzt. Für Unternehmen ist die Teilnahme kostenlos.

Ein weiteres Projekt, das die Ausbildung in der Stadt stärken und junge Menschen besser miteinander vernetzen möchte, verbirgt sich hinter der Website [www.talentquartier.de](http://www.talentquartier.de). Es handelt sich um eine Initiative des Vereins „Gemeinsam für Oldenburg“, in dem sich Unternehmen und Institutionen aus der Region zusammengeschlossen haben. Ihr Ziel ist es, Oldenburg als attraktiven Ausbildungsstandort sichtbar zu machen und Auszubildenden zusätzliche Angebote über den eigenen Betrieb hinaus zu bieten.

Durch die Bündelung von Ideen und Ressourcen soll sich Oldenburg langfristig noch weiter zu einem besonders attraktiven Ausbildungsstandort in der Weser-Ems-Region entwickeln. Ein weiterer Ansatz des Projekts besteht darin, die Bindung von Auszubildenden an ihre Betriebe und an die Stadt Oldenburg zu stärken. Durch zusätzliche Motivation und Unterstützung sollen sie sich sowohl mit ihrem Unternehmen als auch mit Oldenburg als Wohn- und Lebensmittelpunkt stärker identifizieren.

„Die Initiativen DeinJobFuchs.de und TalentQuartier unterstützen Unternehmen dabei, Nachwuchskräfte zu gewinnen und die Ausbildungs-Attraktivität zu erhöhen. Das stärkt den Wirtschaftsstandort Oldenburg insgesamt“, fasst Ralph Wilken, Leiter der Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg, zusammen. ■

[www.deinjobfuchs.de](http://www.deinjobfuchs.de)  
[www.talentquartier.de](http://www.talentquartier.de)



# Innovationsinkubator des Nordwestens

In einer so dynamischen Branche wie der Energiewirtschaft sind zuverlässige Partner und ein starkes Netzwerk für Unternehmen von zentraler Bedeutung. Der Oldenburger Energiecluster, kurz OLEC, setzt hier an und fördert den Austausch zwischen Wirtschaft, Forschung und Politik.



**A**ls größter technologieübergreifender Innovationscluster im Nordwesten Deutschlands ist OLEC seit 2005 regional verankert, aber international ausgerichtet. Sein Ziel: den Nordwesten zur Vorreiterregion in Sachen Klimaneutralität machen. Das Netzwerk bietet dafür wertvolle Kontakte zu Unternehmen, Hochschulen, Kommunen und Bildungseinrichtungen. Denn sicher ist: Um die Energiewende voranzutreiben, müssen alle Beteiligten entlang der Wertschöpfungskette eng zusammenarbeiten. OLEC beteiligt sich aktiv an Forschungsprojekten und schafft Raum für Dialoge auf Augenhöhe – und das nicht nur sprichwörtlich. In verschiedenen Innovationsräumen und Austauschformaten können Mitglieder sich in einem kreativen und modernen Umfeld austauschen, Ideen entwickeln und gemeinsame Pilotvorhaben anstoßen. Mit Innovationsprojekten wie dem „HyWays for Future“ zum Hochlauf der Wasserstoffwirtschaft, der „Wärmewende Nordwest“ für Digitalisierungsansätze zur Beschleunigung der Wärmewende oder mit Ausgestaltungsoptionen von Energy Sharing in der Metropolregion gehen OLEC und seine Partner konkrete Schritte in Richtung Energiewende „made in the Northwest“.

## Konkrete Vorteile durch Netzwerkarbeit

„Als junges Unternehmen, das 2021 gegründet wurde, war der Beitritt zu OLEC ein wichtiger Schritt für uns“, berichtet Dr. Marius Buchmann, Geschäftsführer der EERA consulting GmbH. „OLEC bot uns die Möglichkeit, unsere regionale Sichtbarkeit zu erhöhen, bestehende Kontakte weiterzuführen und neue Geschäftsbeziehungen aufzubauen.“

Die Vernetzung mit anderen Clustermitgliedern gibt uns Einblicke in aktuelle Entwicklungen und ermöglicht Kontakte zu potenziellen Geschäftspartnern. Für ein junges Unternehmen war dies hilfreich beim Markteintritt.“ Auch bereits etablierte Unternehmen wie die Wattmanufactur GmbH & Co. KG profitieren von der Mitgliedschaft im Cluster. „Wir suchen über OLEC die Anbindung an Wissenschaft und Forschung, pflegen darüber auch Kontakte in die für uns relevanten Landesministerien, den Landesverband Erneuerbare Energien sowie zu Kooperationspartnern und Wettbewerbern“, so Projektmanager Guido Brüggemann. Es wird deutlich: Der Oldenburger Energiecluster bietet echte Mehrwerte – für Unternehmen, die Energiebranche und die Umwelt. ■

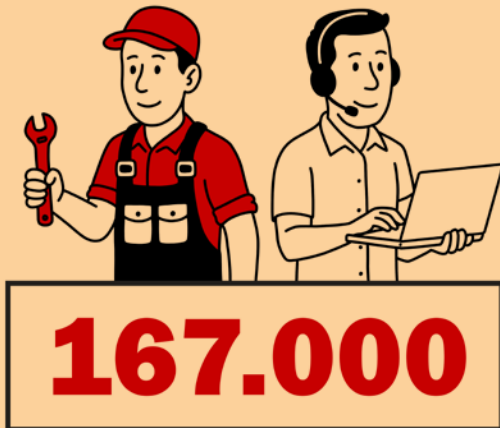


**Kontakt:**  
OLEC e.V.  
Georg Blum  
Telefon:  
0441 36116565

[www.energiecluster.de](http://www.energiecluster.de)

# Investitionen in die Zukunft

Mit rund einer halben Million Euro hat die Wirtschaftsförderung im Jahr 2025 Oldenburger Unternehmen unterstützt.



## Investitionsförderung

Dank der einzelbetrieblichen Investitionsförderung können kleine und mittlere Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft Zuschüsse in Höhe von bis zu 15 Prozent der förderfähigen Investitionskosten beantragen. 2025 profitierten fünf Handwerks- und Dienstleistungsunternehmen durch die Bewilligung von Zuschüssen in Höhe von rund 167.000 Euro. Damit konnten Vorhaben mit einem Investitionsvolumen von 1.922.000 Euro durch die Wirtschaftsförderung unterstützt werden.

## Arbeits- und Ausbildungsplätze

Auf Grundlage der Richtlinie für die Gewährung von städtischen Finanzhilfen an die gewerbliche Wirtschaft, die zielgerichtet die Schaffung und Sicherung von Ausbildungs- und Arbeitsplätzen fördert, erhielten drei Unternehmen eine Bewilligung. Die Höhe belief sich auf insgesamt 44.000 Euro, wodurch elf neue Dauerarbeitsplätze gefördert und die zukünftige Entwicklung der Unternehmen in Oldenburg gesichert wurde.



44.000



60.000

## Gründungsförderung

Von den Beratungskostenzuschüssen der städtischen Gründungsförderung (maximal 500 Euro) haben im letzten Jahr 21 Gründerinnen und Gründer profitiert. Von diesen haben zudem 13 einen Investitionszuschuss erhalten. 33 weiteren Gründerinnen und Gründern wurden ausschließlich Investitionszuschüsse gewährt. Die Mittel von 60.000 Euro wurden ausgezahlt beziehungsweise durch Bewilligungsbescheide gebunden. Insgesamt wurden 2025 über 130 Gründungsberatungen durchgeführt.

### Innovationsberatung

Seit 2017 bietet die Wirtschaftsförderung mit dem Beratungsunternehmen MCON Innovationsberatungen an. Das Angebot richtet sich an KMU und wird im Rahmen des NBank-Programms „Beratung von KMU zu Wissens- und Technologietransfer“ mit 40 Prozent vom Land bezuschusst. Da die verbleibenden 60 Prozent vom Bund getragen werden, sind die Beratungen für Unternehmen kostenlos. Durch die 2025 eingesetzten 9.000 Euro konnten knapp 700.000 Euro Fördergelder für die zehn beratenen Unternehmen akquiriert werden.



**9.000**



**102.000**

### Serviceleistungen

Seit Anfang 2021 wird den Mieterinnen und Mietern des Technologie- und Gründungszentrum Oldenburg ein Zuschuss zu den Kosten für die Inanspruchnahme der dort angebotenen Serviceleistungspakete gewährt. 2025 wurden insgesamt 40 Unternehmen und zwei Forschungsinstitute mit einer Gesamtsumme von rund 102.000 Euro gefördert.

### Nachhaltigkeitsförderung

2025 steigerte sich die Nachhaltigkeitsförderung von 13.850 auf rund 117.800 Euro gegenüber dem Vorjahr. Insgesamt wurden damit acht Unternehmen unterstützt, darunter ein Verbundprojekt. Am 1. Dezember 2025 hat der Rat der Stadt eine Neufassung der Richtlinie zur Nachhaltigkeitsförderung für Unternehmen beschlossen, um die Förderung stärker an der Praxis auszurichten, Zugangsbarrieren abzubauen und die Wirkung der eingesetzten Mittel zu erhöhen.



**117.800**

An dieser Stelle geben wir Oldenburger Illustratorinnen und Illustratoren die Möglichkeit, ihr Können zu zeigen. Diesmal: **Sven Raschke.**





Foto: Anthony Shkraba, pixels

# Schutz als Erfolgsfaktor

**Cyberangriffe sind Realität für Unternehmen jeder Größe. Warum jetzt strategischer Schutz, EU-Gesetz NIS2 und regionale Hilfe aus Oldenburg unabdingbar sind.**

**M**ehr als 80 Angriffe pro Sekunde. So oft muss die Firewall der Deutschen Bundesbank Cyberattacken abwehren. Hochgerechnet sind das rund zweieinhalb Milliarden Angriffsversuche pro Jahr. Was für eine Zentralbank gilt, betrifft längst auch mittelständische Betriebe – nur oft ohne vergleichbare Schutzmechanismen.

„Die zunehmende Digitalisierung bringt viele Vorteile – aber Kriminelle, die im und über das Netz agieren, nutzen diese Mittel für ihre Zwecke und bedrohen neben Privatpersonen und Unternehmen zunehmend auch staatliche Institutionen und dabei insbesondere deren sensible Infrastrukturen“, warnt Niedersachsens Innenministerin Behrens.

Diese Einschätzung ist keine abstrakte Mahnung, sondern konkrete

Handlungsaufforderung – auch für die regionale Wirtschaft. Die Wirtschaftsförderung Oldenburg greift das Thema aktiv auf, sensibilisiert Unternehmen und bietet praxisnahe Unterstützung an. Beim 39. Kontaktpunkt Wirtschaft hielt Innenministerin Behrens dazu eine Keynote unter dem Titel „Digitale Bedrohungen – reale Konsequenzen: Gemeinsam gegen Cyberkriminalität in Wirtschaft und Unternehmen“. Sie ständen nicht am Rand eines Problems, sondern mittendrin – mit allen wirtschaftlichen, rechtlichen und operativen Folgen. „Es ist wie im Brandschutz: Wer nur löscht, wenn es brennt, kommt zu spät. Der erste und wichtigste Schritt ist, Angriffe gar nicht erst möglich zu machen“, betonte Behrens.

„Cybersicherheit ist heute kein IT-Projekt mehr – sie entscheidet über Vertrauen und Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens“, so Ralph Wilken, Leiter der Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg. „Wir müssen Unternehmen befähigen, Risiken zu erkennen und resilient aufzustellen – nicht erst dann, wenn ein Schaden da ist.“

## Neue NIS2-Richtlinie

Für viele Betriebe ist die digitale Transformation längst Alltag – Onlinezugänge, Cloud-Services, digitale Lieferketten sind Standard. Doch je stärker Unternehmen vernetzt sind, desto größer wird ihre Angriffsfläche. Gleichzeitig ändert sich nicht nur die Bedrohungslandschaft, sondern auch die rechtlichen Rahmenbedingungen werden andere.

Seit dem 6. Dezember 2025 ist die NIS2-Richtlinie („Network and Information Security Directive 2“) in Kraft. Mit ihr hat die EU einen neuen Rechtsrahmen geschaffen, der die Cybersicherheit auf ein einheitlich hohes Niveau heben soll. Die Richtlinie umfasst strengere Sicherheitsanforderungen, die Einführung von Meldepflichten und umfassendere Schutzmaßnahmen.

Betroffen von den Regelungen sind deutlich mehr Unternehmen als zuvor – auch mittelständische Betriebe, die wichtige Dienste oder digitale Angebote bereitstellen. Sie müssen Risiko-Managementsysteme einführen, Sicherheitsrichtlinien umsetzen und Vorfälle melden, um mögliche Schäden zu begrenzen und rechtliche Folgen zu vermeiden.

## Kosten eines Cyberangriffs

Cyberangriffe sind kein abstraktes Großkonzern-Problem. Nach Angaben des Digitalverbands Bitkom belief sich der durch Cyberkriminalität verursachte Schaden für die deutsche Wirtschaft zuletzt auf 267 Milliarden Euro innerhalb eines Jahres. Besonders alarmierend: Mehr als 80 Prozent der befragten Unternehmen in Deutschland gaben an, im vergangenen Jahr einen IT-Sicherheitsvorfall oder Cyberzwischenfall erlebt zu haben – von Malware-Erkennungen über Phishing-Versuche bis zu gezielten Angriffen.

Für kleinere und mittlere Betriebe kann ein erfolgreicher Angriff existenzielle Folgen haben. Wenn Produktionsanlagen stillstehen, das Warenwirtschaftssystem blockiert ist oder Kundendaten verschlüsselt werden, kommt das operative Geschäft abrupt zum Erliegen. Schon wenige Tage Ausfall können Umsätze im sechs- oder siebenstelligen Bereich kosten. Hinzu kommen Aufwendungen für IT-Forensik, Systemwiederherstellung, externe Beratung und mögliche Bußgelder bei Datenschutzverstößen.

## Warum Cybersicherheit Chefsache ist

Cybersicherheit darf nicht allein in der Verantwortung der IT-Abteilung liegen. Ein erfolgreicher Angriff betrifft das gesamte Unternehmen – von der Produktion über das Personalwesen bis zu Kundendaten und Lieferketten. Strategie und Verantwortung müssen deshalb auf Management-Ebene verankert werden. Ein belastbares Sicherheitsniveau ist damit integraler Bestandteil moderner Unternehmensführung – vergleichbar mit Qualitäts- oder Finanzmanagement. Führungskräfte müssen Risiken bewerten, Entscheidungen treffen und die Organisation insgesamt sensibilisieren.

## Neue Zentralstelle „Cybercrime“ in Oldenburg

Die Sicherheitsbehörden gehen davon aus, dass der Markt für Cyberkriminalität weiter wachsen wird. Um dem technisch und rechtlich wirksamer begegnen zu können, wird in Oldenburg 2026 eine neue Zentralstelle „Cybercrime“ etabliert. Die Generalstaatsanwaltschaft Oldenburg führt hierfür alle staatsanwaltschaftlichen Ermittlungen zusammen und plant nach aktuellem Stand 19 Stellen für Staatsanwälte, spezialisierte Informatiker und Verwaltungskräfte. Ziel ist eine koordinierte, fachlich tiefgehende Bekämpfung von digitalen Angriffen und eine stärkere Unterstützung der Behördenseite bei komplexen Fällen. ■

## Zehn Schritte zu mehr Schutz

### 1. Gefährdungsanalyse

**durchführen:** Identifizieren Sie Schwachstellen Ihrer Systeme, Daten und Prozesse.

### 2. Risikostrategie entwickeln:

Legen Sie fest, welche Risiken akzeptabel sind und welche nicht.

### 3. Sicherheitsrichtlinien etablieren:

Definieren Sie Regeln für Zugang, Passwortnutzung und Freigaben.

### 4. Notfall- und Meldeprozesse implementieren:

Legen Sie fest, wer im Ernstfall informiert und wie gehandelt wird.

### 5. Schulungen für Mitarbeitende anbieten:

Sensibilisieren Sie Belegschaft und Führungskräfte für Phishing, Passwortsicherheit und Social Engineering.

### 6. Back-ups und Wiederherstellung testen:

Sorgen Sie dafür, dass Daten gesichert und wiederherstellbar sind.

### 7. Netzwerk- und Systemüberwachung einrichten:

Nutzen Sie Monitoring-Tools, um Anomalien frühzeitig zu erkennen.

### 8. Externe Unterstützung einbeziehen:

Suchen Sie Unterstützung bei den Zentralen Ansprechstellen Cybercrime (ZAC) und/oder den Fachkommissariaten Cybercrime der regionalen Polizeidienststellen

### 9. Versicherungsschutz prüfen:

Eine Cyber-Versicherung kann finanzielle Risiken abdecken und im Ernstfall unterstützen.

### 10. Regelmäßige Audits

**sicherstellen:** Aktualisieren Sie kontinuierlich Sicherheitsprozesse.

◀ Die Empfehlungen orientieren sich an Leitfäden des Bundesamts für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI), insbesondere dem IT-Grundschutz-Kompendium, der Orientierungshilfe IT-Sicherheit für KMU sowie an Handlungsempfehlungen der Allianz für Cybersicherheit und der Zentralen Ansprechstellen Cybercrime der Länder.

## Das Thema

Was prägt das Profil einer Innenstadt? Sind es die großen Namen, die Verlässlichkeit, Frequenz und wirtschaftliche Stabilität bringen? Oder sind es die individuellen Konzepte, die Besonderes bieten und für Unverwechselbarkeit sorgen?

## Es diskutieren



**Stefan Dieker**  
Augenoptikermeister

Der 63-jährige Inhaber des Brillenladens „Die Diekers“ ist 1. Vorsitzender des Vereins „Gemeinsam für Oldenburg“ und Mitglied des Netzwerks „Oldenburgs Gute Adressen“.



**Stefan Tenk**  
Center Manager

Stefan Tenk (59) ist Center Manager der von der ECE Marketplaces GmbH & Co. KG betriebenen Schlosshöfe Oldenburg und seit kurzem des Roland Centers in Bremen.

Fotos: Bonnie Bartusch



# Innenstadthandel: Wie sieht der richtige Mix aus?

**In den Schaufenstern einer Stadt entscheidet sich, ob sie Profil zeigt und unverwechselbar bleibt.**

**Stefan Dieker:** Ich bin jetzt 26 Jahre in Oldenburg: In dieser Zeit hat sich der Handel sehr stark verändert, insbesondere der Branchenmix. Der Anteil inhabergeführter Läden ist gesunken. Das hat mit Nachfolgeproblematiken zu tun, auch mit der wirtschaftlichen Gesamtlage und dem Internethandel. Wir sind dafür in der Innenstadt sehr gastrolastig geworden.

**Stefan Tenk:** Das sehe ich auch so. Der Wandel geht vor allem in eine preissensiblere Richtung – was qualitativ nicht zwangsläufig schlechter sein muss. Wir merken hier bei uns, dass auch filialisierte Konzepte helfen, wenn sie gut sind. Sie helfen, dass die Innenstadt auch dann funktioniert, wenn es nicht mehr so viele inhabergeführte Läden gibt. Am Ende ist es die gesunde Mischung, die stimmen muss.

**Dieker:** Die Inhabergeführten sehe ich dabei als das Salz in der Suppe. Sie machen den Unterschied. Die Filialen der großen Ketten brauchen wir, keine Frage. Sie sorgen dafür, dass die Innenstadt voll ist. Aber durch



sie gleichen sich viele Innenstädte auch – egal, wo du hinkommst, du findest immer die gleichen Namen. Und unzählige Fastfoodläden und Barbershops, die zeigen, dass eine Neuvermietung nicht immer ein Gewinn für die Stadt sein muss.

**Tenk:** Da muss man die Erwartungshaltung der Menschen berücksichtigen. Gastronomie ist für viele heute nicht mehr zwangsläufig das schicke Restaurant, in dem man sich gepflegt bedienen lassen und in Ruhe sein Essen genießen kann. Auch in dieser Hinsicht hat sich einiges verändert, wie ich auch an den Umsatzzahlen der gastronomischen Betriebe auf dem Food Court hier in den Schlosshöfen sehen kann. Die Nachfrage ist offenbar vorhanden.

**Dieker:** Ja, es muss gute Angebote im unteren Preissegment geben. Aus meiner Sicht steigern sie aber nicht die Attraktivität der Innenstadt. Grundsätzlich finde ich, dass wir ein gutes Leerstandsmanagement haben. Es ist viel Bewegung in der Innenstadt, kein Laden bleibt lange unbelegt – zumindest in den 1a-Lagen. Apropos Bewegung: Ein Thema, das alle Handeltreibenden in der Innenstadt betrifft, ist ihre Erreichbarkeit. Wir werden in den Läden immer wieder auf die Parkplatzsituation angesprochen. Die Konsequenz daraus ist, dass die Aufenthaltsdauer sich verkürzt hat. Das kann auch nicht im Sinne derer sein, die sich das überlegt haben. Ich finde es übrigens nicht schlimm, dass es Wandel gibt. Davon lebt Wirtschaft. Wir haben heute andere Produkte als vor zehn Jahren, auch andere Formen der Präsentation. Dass deshalb gelegentlich Neuvermietungen die Folge sind, ist für mich völlig in Ordnung.

**Tenk:** Bei der Zahl der Leerstände steht Oldenburg nach meiner Kenntnis im Vergleich mit anderen Städten sehr gut da, nämlich im unteren Drittel. Unschön wird es, wenn Vermieter nicht auf Qualität achten, sondern nehmen, was kommt. Einige neigen leider dazu. Interessant finde ich die Frage nach Alternativen. Wir haben hier in den Schlosshöfen zurzeit eine ganz wunderbare Kooperation mit dem Oldenburger

Tierheim, das eine große Fläche mietfrei nutzt. Eigentlich sollte das nur sechs Wochen dauern, nun haben wir diese Partnerschaft aber auf ein halbes Jahr ausgedehnt. Auch das kann ein Modell für Vermieter oder Investoren sein. Ich stehe da gern mit unseren Erfahrungen zur Seite.

**Dieker:** Für mich stellt sich die Frage, welcher Typ von Geschäften eine Innenstadt prägt. Da sehe ich nach wie vor die inhabergeführten Läden als Zukunftskonzept. Für die meisten Menschen ist Individualität das große Thema. Sie wollen nicht immer das haben, was alle haben, sondern gern etwas Individuelles. Und das können wir Kleinen einfach besser liefern, weil wir beispielsweise wie Trüffelschweine auf Messen das suchen, was du beim Filialisten nicht bekommst.

**Tenk:** Das kann ich so unterschreiben. Gleichzeitig braucht jeder Ladeninhaber die Wirtschaftlichkeit. Wenn es genügend Sortimente gibt, die so hochwertig und individuell sind, dass es sich rechnet, ist das eine tolle Geschichte. Aber man muss auch eines bedenken: Es gibt nicht mehr so viele Nischenkonzepte, die funktionieren. Wenn du sowieso schon scharf rechnen musst und dann der Vermieter mehr Geld möchte, dann kann es schon eng werden.

**Dieker:** Abschließend möchte ich nochmal betonen, dass es nicht um eine Konkurrenz von Inhabergeführten und Filialisten geht. Der Mix macht's – zumal wir als stationärer Handel einen gemeinsamen Konkurrenten haben: das Netz. Häufig schauen sich die Leute bei uns um, lassen sich beraten – kaufen aber online. Das ist in meinem Laden zum Beispiel bei den Sonnenbrillen so. Wenn's ums individuelle Anpassen des im Netz gekauften Modells geht, stehen sie dann wieder bei uns im Laden. ■



# Nomen est omen

Junge Eltern kennen die Frage: „Wie soll das Kind denn heißen“? Gründerinnen und Gründern geht es ähnlich: Welchen Namen wollen sie ihrem Unternehmen geben?

**D**er Name eines Unternehmens ist der erste Kontakt für die potenzielle Kundschaft, also ein zentraler Baustein der Positionierung. Er transportiert Haltung, Anspruch und Zielgruppe, bevor auch nur ein einziges Produkt erklärt wurde. Ein unpassender Name hingegen kann Wachstum bremsen, Irritationen erzeugen oder rechtliche Probleme bereiten. Darum ist die Wahl des richtigen Namens eine der wichtigsten Entscheidungen in der Gründungsphase. Im Wesentlichen lassen sich fünf verschiedene Namenskategorien unterscheiden, die jeweils strategische Vor- und Nachteile haben.

## Der beschreibende Name

**Beispiel:** Oldenburger Radservice  
**Vorteil:** verständlich, kaum Erklärungsbedarf

**Nachteil:** austauschbar, markenrechtlich kompliziert  
 Beschreibende Namen eignen sich besonders für lokale Handwerksbetriebe, Dienstleister oder erklärungsbedürftige Leistungen, bei denen Klarheit wichtiger ist als Markeninszenierung.

## Der assoziative Name

**Beispiel:** Taxi kommt!  
**Vorteil:** verständlich, gut zu merken, nahbar

**Nachteil:** austauschbar, schwer schützbar  
 Assoziative Namen sind ideal für Unternehmen, die Haltung und Persönlichkeit im Vordergrund sehen. Besonders geeignet für kreative Branchen, Beratungen oder Anbieter mit klarer Markenstrategie.

## Das Kunstwort

**Beispiel:** Noxentra (für ein Tech-Start-up)

**Vorteil:** eigenständig, markenrechtlich gut schützbar, international  
**Nachteil:** erklärungsbedürftig  
 Kunstwörter eignen sich besonders für wachstumsorientierte Unternehmen, Start-ups oder technologiegetriebene Geschäftsmodelle, die eine starke, langfristig skalierbare Marke aufbauen wollen. Sie erfordern hohen Invest in Markenkommunikation.

## Das Buchstabenkürzel

**Beispiel:** GTQ-Group  
**Vorteil:** neutral, skalierbar, international

**Nachteil:** erklärungsbedürftig, austauschbar  
 Buchstabenkürzel passen zu größeren Unternehmen, die mehrere Geschäftsbereiche unter einer Dachmarke bündeln. Für kleine Neugründungen ohne Budget sind sie meist strategisch unvorteilhaft.

## Der Personennamen

**Beispiel:** Schulz & Köhn  
**Vorteil:** persönlich, vertrauensbildend, seriös

**Nachteil:** personenabhängig, wenig skalierbar, etwas altmodisch  
 Personennamen bieten sich in klassischen, personenbezogenen Branchen wie Recht, Steuerberatung, Architektur oder Medizin an. Sie wirken vertrauenswürdig, sind jedoch strategisch wenig flexibel für starkes Wachstum oder Internationalisierung. ■

# Wie entstand Ihr Name?

## Ein Wort als Marke etabliert

Foto: worldiety



Bei unserer Firmengründung hatten wir etwa zehn mögliche Namen auf dem Zettel. Für Worldiety haben wir uns nach einem Besuch der CeBIT-Messe entschieden. An einem Stand hingen die beiden Begriffe „World“ und „Society“ direkt nebeneinander, diese haben wir zusammenlaufen lassen. Damit wollten wir einen positiven Impact auf die Gesellschaft ausdrücken und einen Markennamen schaffen, der bei Google noch nicht zu finden war. Ich bin überzeugt, dass uns dieser eher ungewöhnliche Name gerade in der Anfangsphase sehr geholfen hat.

**Adrian Macha**  
*worldiety GmbH*

## Wir saßen zu dritt beim Bier

Foto: Johannes Bichmann



Unser Unternehmen wurde 1994 gegründet. Wir saßen zu dritt beim Bier, als einer den Namen „Visual Systems and Communication Technologies“ vorschlug. Schließlich sollte sofort deutlich werden, wofür wir brennen. Der Abend ging dahin, der Alkohol floss. Und dann lallte jemand: „Lass uns das kürzer machen: Vicotec.“ So blieb es. Auch wenn wir heute nicht mehr

exakt das machen wie damals. Und Vicotec hat sich, unabhängig davon, ob es eine Abkürzung ist oder nicht, zur starken Marke entwickelt.

**Thorsten Brendel**  
*Vicotec GmbH*

## Der Zufall hilft

Foto: Nina Woetzel



Uns war klar: Wir wollen einen originellen Namen. Aber wir kamen irgendwie nicht weiter. Dann standen wir eines Abends in Berlin in einem Späti, als jemand reinkam und rief „Ey Meister, gib mal'n Bier rüber!“. Wir schauten uns an und wussten sofort: Das ist es. Manchmal hilft einfach der Zufall. Dann muss man zugreifen. Und wir sind weiterhin sehr glücklich mit unserem Namen.

**Lilly Glade & Carina Tenk**  
*Fotografinnen Ey Meister*

## Dritte Generation

Foto: Bonnie Bartusch



Den Namen Nölker gibt es inzwischen schon in der dritten Generation. Obwohl unser Spezialitätengeschäft für Kaffee, Tee und individuelle Firmenpräsenten zwischenzeitlich auch schon auf den Namen OLDO hörte, sind wir wieder zu unserem Eigennamen zurückgekehrt. Er hat ein Alleinstellungsmerkmal und lässt sofort erkennen, dass der Laden von seinen Inhabern geführt wird.

**Hendrik Nölker**  
*Nölker & Nölker*

## Danke, Shirin!

Foto: Florian Skupin / Containerbande



Als wir eine Dachmarke für unsere gastronomischen Betriebe suchten, tappten wir lange im Dunkeln. Dann lief uns der Song „Lieben Wir“ von Shirin David über den Weg. Eigentlich war es eine Entscheidung, die rein gar nichts mit Strategie zu tun hatte, sondern voll aus dem Bauch heraus kam. Die Leute sind so einen Namen nicht gewöhnt, wir müssen ihn wirklich oft erklären.

**Jannik Kirchner**  
*Lieben Wir Gastro*



## Ein Kaffee mit: **Jürgen Bath**

Seit einem Vierteljahrhundert ist Jürgen Bath das Gesicht des Technologie- und Gründungszentrums Oldenburg (TGO). Was sich in den 25 Jahren verändert hat und wo man in Zukunft Schwerpunkte setzen möchte, verrät der Geschäftsführer im Interview.

**Frage:** Herr Bath, was hat den Impuls zur Gründung des TGO gegeben?

**Jürgen Bath:** Es war eine Anregung aus der Universität. Nämlich der Gedanke, Ideen, die dort entstehen, in wirtschaftlichen Erfolg umzusetzen. Technologie- und Gründungszentren gab es damals zu Beginn der 1990er-Jahre schon in einigen deutschen Städten. Nun war also die Frage, ob man eine solche Einrichtung auch in Oldenburg etablieren könnte.

*Gab es einen konkreten Anlass für die Überlegungen?*

**Bath:** In der Universität gab es tatsächlich erste Überlegungen – etwa

in den Bereichen Physik und Chemie –, Unternehmen zu gründen. Dazu brauchte man Raum, dazu brauchte man Gelegenheit, dazu brauchte man Vernetzung.

*Wann wurden Sie mit dem Projekt betraut?*

**Bath:** Anfang der 1990er bin ich zur Wirtschaftsförderung der Stadt gekommen, zunächst in die Gründungsberatung. Im Laufe der Jahre habe ich dann von den Plänen erfahren. Ende des Jahrzehnts wurde alles konkreter, weil eine Finanzierung möglich erschien. Es gab Fördermittel vom Bund, vom Land und von der EU. Ich durfte dann bei der Wirtschaftsförderung das Projekt begleiten. Ab da war es gewissermaßen mein großes Thema. Ende 2000 wurde nach einem Beschluss des Stadtrats die Trägergesellschaft gegründet. Ich habe mich als Geschäftsführer beworben und wurde genommen.

*Gab es denn zu dieser Zeit schon eine Gründungszone in Oldenburg?*

**Bath:** Nein, eine Gründungsszene im heutigen Sinne gab es noch nicht, aber erste vorsichtige Aktivitäten. Die Wirtschaftsförderung und die IHK



## INTERVIEW

---

haben versucht, einiges anzuschieben. So gab es etwa einen Gründer-sprechtag und auch schon einen kleinen Zuschuss für Gründerinnen und Gründer. Wir waren damals noch am Anfang der Entwicklung.

*Warum war es wichtig, hier in Wechloy einen Neubau für das Zentrum zu errichten?*

**Bath:** Wir wollten ein Signal setzen und unsere Aktivitäten nicht nur als Plattform aufleben lassen, sondern auch physisch. An diesem Ort sollen Menschen sich begegnen, zusammenkommen und sich austauschen. Dafür war es wichtig, ein Gebäude mit der entsprechenden Infrastruktur und den ganzen Dienstleistungen zu haben. Zudem war die Nähe zur Uni ein entscheidendes Kriterium. Kurze Wege zu ermöglichen – das hatten wir uns auf die Fahnen geschrieben.

*Wie ist es persönlich für Sie, wenn Sie merken, eine Gründung aus dem TGO wird größer und größer – so wie früher etwa energy & meteo Systems oder heute Fan12?*

**Bath:** Da empfinde ich eine große Zufriedenheit. Das macht deutlich, dass unsere Arbeit Sinn macht und von Erfolg gekrönt ist, wenn sichtbar wird, dass die Firmen mehr Mitarbeitende einstellen, mehr Platz benötigen und einfach immer präsenter werden.

*Stimmt die Wahrnehmung, dass mit Gründung des GO! Start-up Zentrums auch das TGO als Ganzes nochmal einen Push bekommen hat?*

**Bath:** Auf jeden Fall. Gerade weil wir nun auch Gründungen in einer noch viel früheren Phase erleben, sie coachen und intensiver begleiten, haben wir frische Energie gewonnen. Wir bilden jetzt die ganze Kette ab – von der Früh- über die Wachstums- bis zur Stabilisierungsphase. Und ich selbst kann übrigens durch den Austausch mit den jungen Menschen, ihren Ideen und Interessen sehr viel mitnehmen, mich persönlich weiterentwickeln und letztlich dann wieder viel besser auf sie eingehen.

*Wie sieht es mit der Durchlässigkeit zwischen GO! und TGO aus?*

**Bath:** Wir haben eine Reihe von Firmen aus dem GO!, die im TGO Räume bezogen haben. Das ist für uns der Idealfall, denn wir möchten die

Wirtschaft in Oldenburg stärken. Da tut jede Gründung gut – zumal wir schon sehr früh versuchen, die neuen Gründungen und die etablierten Unternehmen im TGO miteinander in Kontakt zu bringen. Über die Vernetzung gelingt es, sie an den Standort zu binden.

*Apropos Standort: Sie sind auch Vorsitzender des Verbands der niedersächsischen Technologiezentren. Wie steht Oldenburg denn im Vergleich da?*

**Bath:** Ziemlich gut, kann ich sagen. Das Paket, das wir hier in Oldenburg schnüren, ist landesweit einzigartig. So gibt es etwa in Niedersachsen kein anderes Zentrum, das über ein eigenes Accelerator-Programm verfügt. Da heißt es, entweder Accelerator oder Technologie-Zentrum. Wir haben das hier alles vereint, um Synergie-Effekte zu heben. Und so haben wir uns zum Anker eines in dieser Stadt inzwischen sehr ausgeprägten Gründungsökosystems entwickelt. ■

---

### Zur Person

Jürgen Bath (57) verantwortet als Geschäftsführer des Technologie- und Gründungszentrums Oldenburg (TGO) die Leitung und strategische Entwicklung des Zentrums.



Fotos: Andreas Burmann

# Wo investiert wird, ist Zukunft

Foto: MEYBAU GmbH & Co. KG



## MEYBAU GmbH & Co. KG

Mit dem bereits vorangeschrittenen Bau am neuen Standort beginnt ein neues Kapitel der über 60-jährigen Unternehmensgeschichte. Auf rund 3,6 Hektar entstehen neben einer großen Werkhalle, an die eine separate Schweißhalle sowie ein Waschplatz angrenzen, auch ein Lagerkomplex und ein modernes Bürogebäude. Im Ergebnis steht ein zukunftsweisender Schritt für das Unternehmen und auch für die Mitarbeitenden bevor. Die Fertigstellung soll noch in diesem Jahr erfolgen.

Foto: Stadt Oldenburg



## Friebe & Gerdes GmbH

Das Zerspanungs- und Metallbauunternehmen erweitert seine betrieblichen Kapazitäten. Hierfür werden neue Büro- und Hallenflächen auf dem eigenen Grundstück geschaffen. Perspektivisch soll auch der Maschinenpark erweitert werden.

Foto: Stadt Oldenburg



## Floragard Vertriebs GmbH

Das Traditionsunternehmen investiert im großen Maße in Nachhaltigkeitsmaßnahmen und somit in die Zukunft. Die energetische Sanierung der Unternehmenszentrale umfasst unter anderem die Installation von PV-Anlagen, Wärmepumpen und neuer Isolierverglasung.



## Kontakt

### Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg

Kersten Mittwollen  
Telefon 0441 235-2259  
kersten.mittwollen@stadt-oldenburg.de

Sebastian Stickan  
Telefon 0441 235-3271  
sebastian.stickan@stadt-oldenburg.de

Mehr Infos  
[www.oldenburg.de/  
aktuelle-bauvorhaben](http://www.oldenburg.de/aktuelle-bauvorhaben)



## Schwangerschaft Versicherung muss zahlen



Foto: Dennis Reche

Ein Betriebsausfallversicherer muss auch dann leisten, wenn eine selbstständige Unternehmerin wegen einer Schwangerschaft ihre Arbeit nicht ausüben kann. Das hat das Landgericht Hannover entschieden. Geklagt hatte eine selbstständige Kosmetikerin, deren Betriebsausfallversicherung eine Zahlung verweigerte, weil Schwangerschaft laut Versicherungsbedingungen vom Versicherungsschutz ausgeschlossen war. Das Gericht bewertete diesen Ausschluss als unzulässige Benachteiligung von Frauen und sprach der Klägerin eine Entschädigung von 6.000 Euro zu. Das Urteil ist allerdings noch nicht rechtskräftig.

## Weiterbildung Tempo für die Energiewende



Foto: Magda Ehlers

Nach dem erfolgreich abgeschlossenen, von der Wirtschaftsförderung unterstützten ersten Durchgang bietet das C3L – Center für lebenslanges Lernen der Universität Oldenburg mit der Weiterbildung „Genehmigungspraxis für die Energiewende“ ab August 2026 erneut ein berufsbegleitendes Qualifizierungsprogramm für Fachkräfte an, die an Genehmigungsverfahren für Energieprojekte beteiligt sind. Ziel ist, die oft komplexen Verfahren für Anlagen der erneuerbaren Energien effizienter zu gestalten und damit den Ausbau der Energiewende zu beschleunigen. *Vormerkungen sind bereits jetzt unter [www.uol.de/c3l/genehmigungspraxis](http://www.uol.de/c3l/genehmigungspraxis) möglich.*

## Urgestein im Ruhestand

Mit Klaus Zelder ist Ende März ein weiteres Urgestein der Wirtschaftsförderung in den Ruhestand getreten. Seit 1998 war er etwa an der Entwicklung der Wirtschaftspartner-Börse REGISonline und des Gewerbeflächen- und -immobilienkatasters beteiligt. Ein weiterer Schwerpunkt seiner langjährigen Tätigkeit lag in der Gründung von Netzwerken wie dem Energiecluster OLEC. Zuletzt organisierte er mit großem Engagement den USA-Wirtschafts- und Landwirtschaftstag.



Foto: Foto- und Bilderwerk

Klaus Zelder

Mehr  
Informationen:



**„Habt immer wieder Mut, Neues auf den Weg zu bringen und eigene Ideen zu entwickeln!“**

Klaus Zelder

## Alleinerziehende als Fachkräfte

Rund 1,7 Millionen Alleinerziehende, davon 82 Prozent Frauen, bilden ein ungenutztes Potenzial auf dem Fachkräftemarkt. Die Frage, wie sie sich für Unternehmen gewinnen und von diesen binden lassen, steht im Mittelpunkt einer Veranstaltung am Donnerstag, 30. April. Es handelt sich um eine gemeinsame Veranstaltung der Wirtschaftsförderung, der Oldenburgischen IHK sowie des Arbeitgeberverbands.

## Praxisforum Digitalisierung

Für den 7. Mai steht eine neue Ausgabe des Praxisforums Digitalisierung auf dem Terminplan. Die Veranstaltung bietet Gelegenheit, sich mit aktuellen Entwicklungen, praxisnahen Anwendungsbeispielen und zukunftsweisenden Perspektiven der Digitalisierung zu beschäftigen.

Mehr  
Informationen:



# Klare Prozessschritte

Roman Pletnev ist bei der Zentralstelle für das beschleunigte Fachkräfteverfahren neuer zentraler Ansprechpartner für Unternehmen in Niedersachsen.

Foto: Zentralstelle



**Frage:** Was ist das „beschleunigte Fachkräfteverfahren“?

**Roman Pletnev:** Am 1. März 2020 ist das Fachkräfteeinwanderungsgesetz (FEG) in Kraft getreten. Ziel ist, die Zuwanderung qualifizierter Fachkräfte aus Drittstaaten zu erleichtern und den deutschen Arbeitsmarkt weiter zu öffnen.

Im Zuge des FEG wurde das beschleunigte Fachkräfteverfahren eingeführt. Es ermöglicht qualifizierten Fachkräften eine schnellere und planbare Einreise – und bietet Unternehmen durch transparente Verfahrensschritte und regelmäßige Status-Updates mehr Planungssicherheit.

*Welche Aufgaben hat die Zentralstelle?*

**Pletnev:** Wir beraten Unternehmen zum Ablauf des beschleunigten Fachkräfteverfahrens sowie zum Prozess der Anerkennung der ausländischen Qualifikationen. Nach Antragstellung übernehmen wir als zentrale Verfahrensmittlerin die Koordination aller Prozessschritte. Sofern erforderlich, leiten wir das Anerkennungsverfahren bei der zuständigen Stelle ein und begleiten es eng. Wir holen die Zustimmung der Bundesagentur für Arbeit zur Beschäftigung ein, prüfen die aufenthaltsrechtlichen Voraussetzungen und informieren die Unternehmen regelmäßig über den aktuellen Stand. Sind alle Voraussetzungen erfüllt, stellen wir die Vorabzustimmung zum Visum aus, mit der die Fachkraft einen beschleunigten Termin bei der zuständigen deutschen Auslandsvertretung erhält.

*Wer kann sich an Sie wenden?*

**Pletnev:** Das Verfahren richtet sich grundsätzlich an Unternehmen, die bereits eine konkrete Fachkraft gefunden haben. Auch Unternehmen, die sich erstmals mit der internationalen Rekrutierung beschäftigen, können sich jederzeit an uns wenden. Gemeinsam mit unseren Partnern wie dem IQ-Netzwerk Niedersachsen, der Bundesagentur für Arbeit, den IHKs sowie den HWKs und den Welcome Centern unterstützen wir Arbeitgebende umfassend. Auf unserer Homepage stellen wir zudem gebündelte Informationen, Checklisten und Formulare bereit.

*Welche Vorteile bieten sich Arbeitgeberinnen und Arbeitgebern?*

**Pletnev:** Sie erhalten ein digitales, transparentes und planbares Verfahren mit klaren Prozessschritten, das mehr Planungssicherheit hinsichtlich der Einreise der Fachkraft bringt. Ein zentraler, verlässlicher Ansprechpartner steht während des gesamten Verfahrens zur Verfügung. Das Verfahren umfasst auch den Familiennachzug, sodass Fachkräfte idealerweise gemeinsam mit ihrer Familie einreisen können. Ein wichtiger Faktor für eine nachhaltige Fachkräftegewinnung. ■

## IMPRESSUM

### Herausgegeben von

Stadt Oldenburg  
Der Oberbürgermeister  
Wirtschaftsförderung  
Industriestraße 1c  
Telefon 0441 235-2350  
wirtschaftsfoerderung@stadt-oldenburg.de

[www.oldenburg.de/wirtschaft](http://www.oldenburg.de/wirtschaft)

### Konzeption & Koordination

Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg  
Fachdienst Standortmarketing

### Redaktion & Produktion

Mediavanti GmbH  
[www.mediavanti.de](http://www.mediavanti.de)

Titelfotos: Bonnie Bartusch (oben), KI-generiert (links), Anthony Shkraba, pixels (rechts)  
Druck: [www.flyerheaven.de](http://www.flyerheaven.de)  
Hergestellt aus 100 % Recyclingpapier