



OLDENBURGER WIRTSCHAFTSMAGAZIN



Thema: Die magische Kraft der Schaukel
Wie Oldenburger Unternehmen die Zukunft des Büros angehen



News

Aktuelle Nachrichten für die Oldenburger Wirtschaft

Neues von der Wunderline

Durchgehend mit dem Zug von Groningen nach Bremen – das ist die Idee des grenzüberschreitenden Bahnprojekts „Wunderline“. Die Oldenburger Quantumfrog GmbH wurde mit der Entwicklung einer App beauftragt, die Zugreisenden die Besonderheiten an der Strecke und dazu passende Touren via Augmented Reality vorstellt. Geplant ist, die App mit Routen in insgesamt 14 Orten an der Strecke im Mai zu starten. Das Oldenburger Thema ist die Bildpostkarte – eine Reminiszenz an den Hofbuchdrucker August Schwartz, der hier 1870 die sogenannte „Correspondenz-Karte“ mit einer kleinen Abbildung erfand. Die 3,5 Kilometer lange Rundtour verläuft vom Bahnhof aus quer durch die Innenstadt. Die Leitung für das Projekt Wunderline-App liegt bei der Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg.

Oldenburger Portal – Kunst, Kultur Kreativwirtschaft

Auf Initiative von creative mass, Wirtschaftsförderung, Kulturbüro, cre8 oldenburg und Kulturgesichter0441 präsentieren sich seit April Kunst, Kultur und Kreativwirtschaft in einer gemeinsamen Datenbank. Abgebildet wird nicht nur die Vielfalt der Oldenburger Aktivitäten, zukünftig wird es zusätzlich mehr Transparenz und einen besseren Überblick über das Geschehen in den verschiedenen Netzwerken und Branchen geben. In die Datenbank können sich sowohl Personen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft, Bands und Ensembles sowie Kultureinrichtungen, Initiativen und Vereine eintragen. Außerdem wird in einem Blog regelmäßig von aktuellen Neuigkeiten berichtet. Hier können Interessierte stöbern und sich eintragen: www.oldenburger-portal.de

Kontakt für beide Initiativen:

Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg
Ina Lehnert-Jenisch
Telefon: 0441 235-2105
ina.lehnert-jenisch@stadt-oldenburg.de

Innovationsberatung

Hilfe für gute Ideen

Innovationen sind das Salz in der Suppe der Wirtschaft. Dafür gibt es vielfach Fördergelder, aber nicht alle Unternehmer wissen, welche Mittel infrage kommen und an welche Stelle sie sich deshalb wenden müssen. Die Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg hilft.

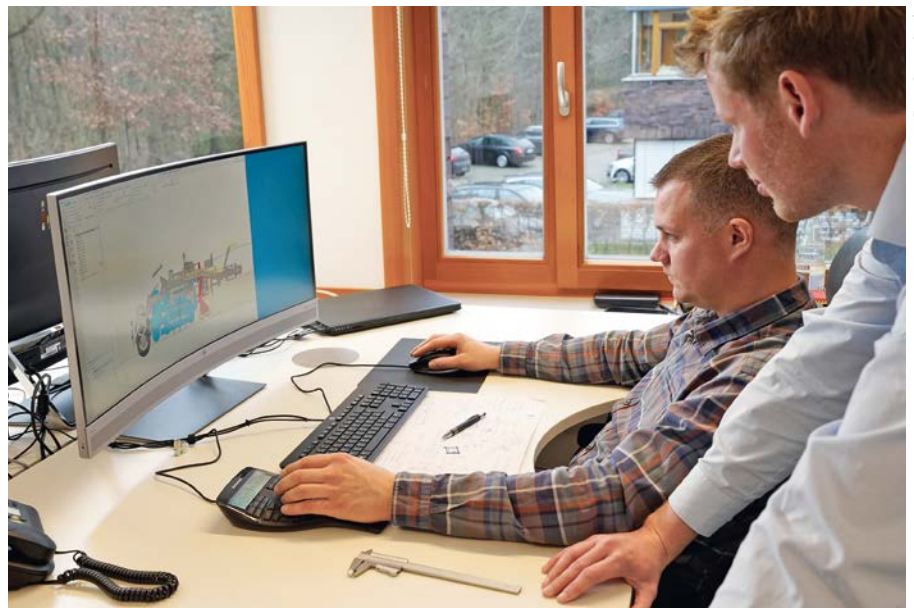


Foto: Sören Städe

Profitieren von der Innovationsberatung der Wirtschaftsförderung: seed2soil.

Beim Namen seines Unternehmens setzt Ernst-Heinrich Lameyer auf den Überraschungseffekt. Die „Ich hab ne Macke GmbH“ will er zum großen Internet-Marktplatz für Retouren machen. Tatsächlich gehen Jahr für Jahr Millionen im Internet bestellte Artikel zurück an den Absender. Und die, sagt der Oldenburger Kaufmann, „haben häufig eine kleine Macke“, lassen sich aber noch gut verkaufen.

So skurril der Name, so solide die Finanzierung. Lameyer hat das Angebot einer Innovationsberatung durch die Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg wahrgenommen. Sie kooperiert dabei eng mit dem Beratungsunternehmen MCON Dieter Meyer Consulting und begleitet Interessierte bei der Planung und Umsetzung von Innovationen. Zudem wird der Kontakt zu passenden Institutionen und Forschungseinrichtungen hergestellt. Die NBank fördert die Beratung.

Die NBank hat auch Lameyers Vorhaben mit einem namhaften Betrag unterstützt und so die Programmierung der Plattform ermöglicht. Auch das Team von „seed2soil“ hat einen positiven Bescheid aus Hannover bekommen. Die im TGO ansässigen Unternehmer wurden nach einer ausführlichen Beratung ebenfalls bei der NBank vorstellig und sicherten sich einen Zuschuss zum Bau einer neuartigen Landmaschine. „Das ist ein sehr wichtiger Rückenwind für uns“, betont Michael Pokriefke, einer der drei geschäftsführenden Gesellschafter. Vor allem bei den weiteren Verhandlungen mit den Banken werde sich die Förderung auszahlen, erwartet er.

Kontakt:

Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg
Klaus Zelder
Telefon: 0441 235-3098
klaus.zelder@stadt-oldenburg.de

Liebe Leserin, lieber Leser,

Foto: Markus Hibbeler



stehenbleiben geht nicht – das ist auch in der Coronakrise so. Der Wunsch nach einem Wandel in der Arbeitswelt nimmt weiter Fahrt auf. Homeoffice ist für viele Menschen nicht mehr nur eine Möglichkeit, sondern inzwischen auch eine Erwartung, die von Unternehmen ausgeht. Die Pandemie hat diese Entwicklung massiv beschleunigt, wenn auch nicht alles optimal läuft. Dennoch haben Führungskräfte und Mitarbeitende gemerkt, was alles gehen kann, wenn nicht ausschließlich im Büro gearbeitet wird. Vertrauen, Selbstverantwortung und Flexibilität sind an vielen Stellen gewachsen und haben neue Räume für eine bessere Vereinbarkeit von Arbeitswelt, Familie und Freizeit entfaltet.

Gerade in Zeiten von Fachkräftemangel und Ansprüchen junger Generationen, die andere Vorstellungen von Beruf und Privatleben haben, sollten wir nicht auf bekannten, starren Strukturen beharren. Der deutliche Ruf nach Veränderungen ist zwar mit Herausforderungen verbunden, aber Wandel bringt viele Chancen auf positive Neuerungen für alle mit sich. Denn wenn wir nicht mehr alle jeden Tag

zur Arbeit fahren müssen, sondern Büros nur zum direkten Austausch im Team nutzen, bekommt dieser Teil der Arbeit eine ganz neue Qualität. Ein weiterer Pluspunkt – weniger Pendlerverkehr, weniger CO2-Emissionen und günstiger Wohnraum, der in freiwerdenden Büroflächen entstehen kann.

Dieser facettenreiche Trend in der Arbeitswelt ist auch bei uns in Oldenburg zu sehen. Die Beispiele lokaler Unternehmen in dieser Ausgabe des Wirtschaftsmagazins zeigen auf, wie er aussehen kann: der moderne Arbeitsplatz mit neuen Räumen für Kreativität, Kommunikation, Teamarbeit und Auszeiten.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre mit vielen neuen Anregungen auch für Ihr Unternehmen.

Jürgen Krogmann
Oberbürgermeister



Gemeinsam weiterkommen.

Die wirtschaftlichen Anforderungen an Sie, liebe Unternehmer*innen und Selbstständige, sind derzeit enorm.

Wie entwickelt sich Ihre Branche, was erwarten Ihre Kunden von Ihnen und wie bleiben Sie auch morgen wettbewerbsfähig? Lassen Sie uns gemeinsam Antworten auf diese Fragen finden, um Ihren Betrieb sicher in die Zukunft zu führen. Vor allem dann, wenn wichtige Investitionen anstehen.

Wir stehen Ihnen als verlässlicher Partner zur Seite und unterstützen Sie mit bedarfsgerechten, liquiditätsschonenden Finanzierungslösungen – damit Sie gerade jetzt Ihren wirtschaftlichen Handlungsspielraum erweitern können. Unsere Firmenkundenberater kennen Ihre Branche und verstehen, worauf es für Sie ankommt.

Vereinbaren Sie deshalb gerne einen unverbindlichen Gesprächstermin per Telefon oder per E-Mail.

Unsere Nähe bringt Sie weiter. Seit 1786. Und auch in Zukunft.

Wir freuen uns auf Sie!
Ihr Team der LzO

lzo.com/firmenkunden

 **LzO**
meine Sparkasse

Oldenburger Impulse

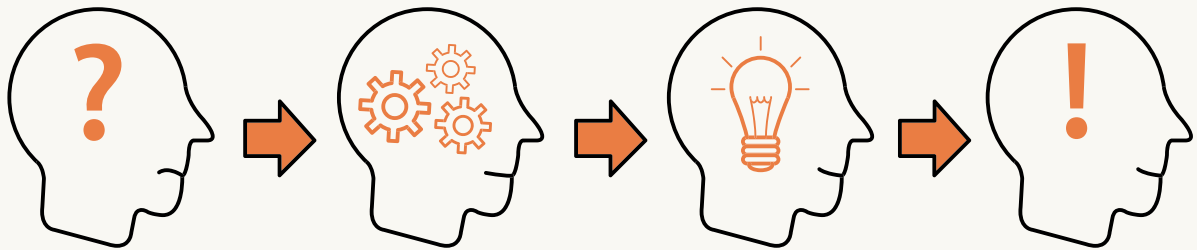


Foto: Izabela Mittwollen



Projekt Tatendräng

Projekt Tatendräng

Bilder der Pandemie

Seit mehr als einem Jahr begleitet die Oldenburger Fotografin Izabela Mittwollen Geschäftsleute und Kulturschaffende in Oldenburg durch die Monate der Pandemie. Ihre Bilder und Texte, die nach intensiven und ausführlichen Interviews entstanden sind, liefern eine eindrucksvolle Chronik der Krise. Deutlich werden einerseits Entsetzen über die Situation, andererseits Kampfgeist und Hoffnung auf eine bessere Zeit. Ein Buch mit den Arbeiten Izabela Mittwollens erscheint im Isensee-Verlag, in einer Ausstellung werden die Fotos voraussichtlich ab Ende Mai in der Kulturhalle am Pferdemarkt (ehemals Bauwerkhalle) zu sehen sein. Die Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg unterstützt das Projekt.

Weitere Informationen:

www.izami.de/sonderprojekte/tatendräng

cre8
OLDENBURG

Weiterbildung

Workshop-Reihe von cre8

Das Netzwerk cre8 oldenburg bietet Workshops an, die einen Fokus auf eine stimmige Unternehmenspositionierung nach innen und außen legen. Profis aus dem Netzwerk vermitteln in kleinen Gruppen neue Erkenntnisse und individuelle Lösungen. Bis Ende des Sommers finden noch sieben Workshops statt:

18. Mai: Kreativität und Professionelle Intuition im Unternehmen – erfolgreich schwierige Aufgaben meistern

25. Juni: Inspiriere dein Netzwerk! – Bühnenpräsenz und Moderation

2. Juli: Das Gesundheitsrad – Selbstständigkeit im Flow mit den eigenen Kräften

27. August: Erfolgreich durch Illustration – visuell - verständlich - kommunikativ

Weitere Termine und Informationen:

www.cre8oldenburg.de/cre8_workshop-reihe-2021



„Ein effektiver Unternehmer ist ein Unternehmer, der den Nutzen seines Unternehmens für seinen Nachfolger steigert.“

Stefan Merath, Unternehmercoach

Foto: iStockphoto.com/PIKSEL



Action Bound

Digitale Schnitzeljagd durch Oldenburg

„Oldenburg früher und heute“ ist das Thema einer digitalen Schnitzeljagd, für die die Stadt Oldenburg im Rahmen des Projekts „Digitale Lernlabore“ mit Ehrenamtlichen zusammenarbeitet. Technisches Wissen ist keine Voraussetzung für die Teilnahme. In einem Team aus älteren Bürgerinnen und Bürgern sowie Schülerinnen und Schülern wird die digitale Schnitzeljagd mit Hilfe der App „Action Bound“ erstellt. Das Team soll zeigen, wie sich das Stadtbild in Oldenburg seit den Jugendtagen der älteren Teilnehmerinnen und Teilnehmer verändert hat und welche Abenteuer man hier früher erleben konnte. Dem stehen die Erfahrungen der Jüngeren gegenüber, wobei sich ein Austausch über das gemeinsame Miteinander in Oldenburg entwickeln soll, der sich auch in der Schnitzeljagd wiederfindet. „Die Erfahrungen, Bilder und Geschichten werden zum Schluss gemeinsam zu einer kostenlosen, öffentlich zugänglichen Schnitzeljagd zusammengestellt“, erläutert Projektleiterin Friederike Hackmann. Die Arbeit an der Schnitzeljagd hat bereits begonnen. Wer noch mitmachen möchte, kann sich noch direkt bei der Projektleitung des Civic Data Lab melden. Eine Teilnahme kann aber leider nicht mehr garantiert werden.

Weitere Informationen:

Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg
Friederike Hackmann
Telefon: 0441 235-2872
friederike.hackmann@stadt-oldenburg.de

Charta der Vielfalt

Diversity-Tag diesmal online

Der nächste Oldenburger Diversity-Tag findet am Dienstag, 18. Mai 2021, digital statt. Die Stadt Oldenburg lädt – nach der coronabedingten Pause 2020 – auch 2021 wieder zahlreiche Organisationen, Unternehmen und Institutionen ein, sich aktiv am bundesweiten Deutschen Diversity-Tag zu beteiligen und ihr Engagement zum Thema Diversity öffentlich zu machen. Der Begriff „Diversity“ im Allgemeinen greift Unterschiedlichkeit und Vielfalt als etwas grundsätzlich Positives auf und erkennt die Individualität aller Menschen an, ob Kundinnen und Kunden, Lieferantinnen und Lieferanten, Anteilseignerinnen und Anteilseigner oder Beschäftigte.



Weitere Informationen:

Strategische Sozialplanung Stadt Oldenburg
Susanne Jungkunz · Telefon: 0441 235-2448
diversity@stadt-oldenburg.de

OLLY-Verleihung

2022 statt 2021

Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist in den letzten Monaten für viele Unternehmen und Institutionen aufgrund der Corona-Pandemie zu einer großen Herausforderung geworden. Zum Teil konnte auf bewährte Maßnahmen zurückgegriffen, zum Teil mussten schnell neue Lösungen gefunden werden. Man braucht ausreichend Zeit, um sich mit den neu entwickelten Konzepten für den OLLY – Preis für familienfreundliche Unternehmen und Institutionen zu bewerben. Deshalb hat die Stadt Oldenburg entschieden, diese Auszeichnung nicht, wie ursprünglich geplant, im Mai 2021, sondern im Mai 2022 zu verleihen.



Weitere Informationen:

Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg
Birgit Schulz
Telefon: 0441 235-2821
birgit.schulz@stadt-oldenburg.de


Das Büro der Zukunft

Die magische Kraft der Schaukel

Wie arbeiten wir morgen beziehungsweise wie wollen wir morgen arbeiten? Diese Fragen stehen seit langem auf der Agenda, durch Covid-19 haben sie eine neue Aktualität erhalten. Viele glauben, dass die Antworten aus dem jungen Start-up-Milieu kommen. Und tatsächlich hat die Gründerszene auch in Oldenburger Unternehmen bereits entscheidende Impulse hinterlassen. Und wird es vermutlich auch weiterhin tun.

Foto: Martin Remmers





Vom alten Verlagsgebäude an der Peterstraße zu dem im vergangenen Herbst bezogenen in Etzhorn sind es lediglich 5,3 Kilometer – und doch liegen zwischen dem langjährigen Standort der NWZ-Mediengruppe und ihrer neuen Heimat Welten. Eher starr waren die Strukturen an der alten Adresse. Lange und enge Flure prägten das Innere des markanten und weithin sichtbaren Turms. Was hinter den zumeist verschlossenen Türen vor sich ging, war häufig nur zu erahnen.

Und ein abteilungsübergreifendes Teamgefühl konnte „in dem undurchdringlichen Fuchsbau“ nach Angaben von Geschäftsführer Harold Grönke nicht aufkommen. „Wir mussten weg vom traditionsbehafteten Habitus“, bekräftigt er. Heute präsentiert sich das Unternehmen moderner, offener, luftiger. Und das gilt nicht nur hinsichtlich der Architektur. Es scheint, als habe der Umzug in den Stadtnorden die „alte Tante NWZ“ in eine junge Schönheit verwandelt. In vielerlei Hinsicht.

Nicht nur in der Medienbranche gilt: Wer sich mit Kommunikation beschäftigt, muss auch Kommunikation ermöglichen. Verschlossene Türen helfen da nicht weiter. Es müssen Voraussetzungen geschaffen werden, um flexibel und dynamisch ungewohnten Situationen begegnen zu können. Um die Arbeit im Team zu erleichtern, um den Gedanken die nötige Auslaufzone zu geben.

Fortsetzung auf der nächsten Seite. >

MULTISPACE-KONZEPTE SIND DER GROSSE HYPE

Der Arbeitsplatz nach Schema F hat ausgedient. Manch einer braucht für seinen kreativen Output die ruhige Nische und den unverstellten Blick aus dem Fenster, andere haben im quirligen Großraumbüro die besten Einfälle. Caroline Fafflok, Architekturvermittlerin an der Jade Hochschule, spricht von „individuellen, unterschiedlichen Arbeitsatmosphären“.

Das Fachmagazin „Gründerszene“ konstatiert: „Multispace-Konzepte sind der große Hype bei der Bürogestaltung.“ Dazu gehören gemütliche Sofaecken in der

Lounge, für alle zugängliche Kaffee- und Teeküchen, Telefonzellen für das ruhige Gespräch. Oder auch mal Bällebäder, Tischtennisplatten oder Schaukeln, die von der Decke hängen – wie etwa bei der NWZ-Gruppe. Die Vorstellung dahinter: Seele baumeln, Gedanken kreuz und quer umherschwirren lassen.

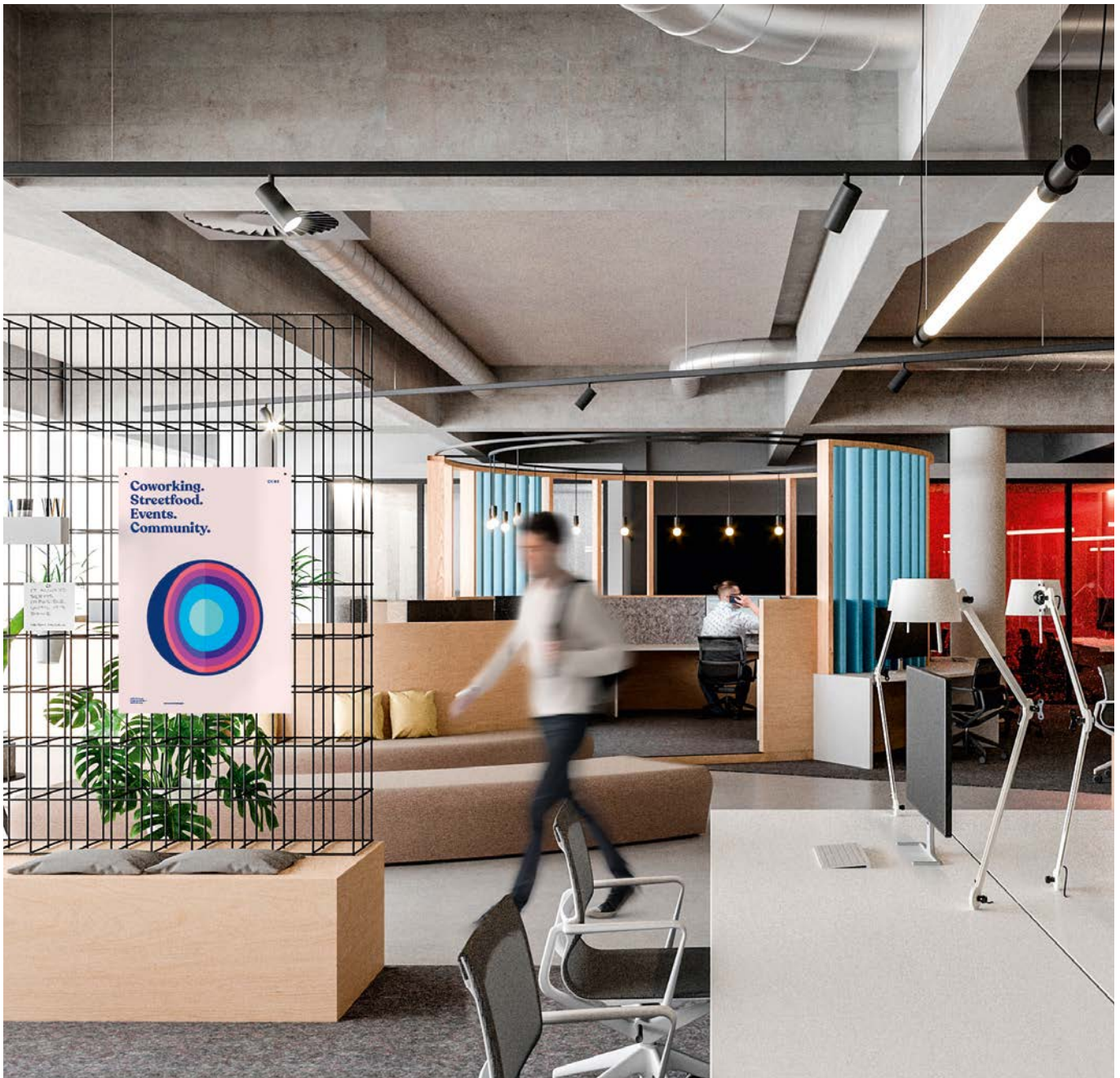
Klingt nach dem Silicon Valley. Und ja, die meisten Ideen stammen aus der Start-up-Szene. Dort weiß man: Gut ist, was Kreativität, Innovation und Leistungsbereitschaft fördert.

Wer die alte Arbeitswelt schätzt, wundert sich gelegentlich, wie es in der neuen zugeht. Es ist ja auch wirklich auffällig,

wie rasant sich Berufs- und Privatleben vermischen. Schrittzuhalten fällt manchem dabei schwer. Aber für den Wandel gibt es Gründe, die Digitalisierung ist der zentrale. Laptop und Smartphone sind in vielen Branchen längst die wichtigsten Arbeitsgeräte. Eine gute Internetverbindung ist alles, was zählt.

Und wenn alle miteinander vernetzt sind und Zugriff auf die für sie relevanten Informationen haben, ist der Ort, an dem sie ihre Arbeit verrichten, nur noch zweitrangig. Ob auf Helgoland oder im Harz, ob am angestammten Arbeitsplatz oder zuhause: egal. Die digitalen Nomaden haben längst ihren Platz im Arbeitsleben gefunden. Eine Aussage wie, „Wenn jemand für uns

Foto: CORE



programmiert, interessiert es mich nicht, ob er in Lübeck oder Kenia sitzt“ kommt nicht von ungefähr.

NEUE ANSPRÜCHE UND DER WUNSCH NACH FREIRAUM

Verblüffend das Tempo der Entwicklung. Noch vor wenigen Jahren wären viele Firmen, die ihre Beschäftigten heute angesichts der Pandemie bedenkenlos ins Homeoffice schicken und mit ihnen alle paar Tage über eines der vielen Videokonferenzsysteme kommunizieren, restlos überfordert gewesen. Heute dagegen planen mehr und mehr Unternehmen in Deutschland, nach Ende der Corona-Krise Heimarbeit weiterhin zu ermöglichen und zu einer schlagkräftigen Alternative auszubauen. Laut einer Umfrage des Ifo-Instituts im vergangenen Jahr, gaben 73 Prozent von 800 befragten Personalleitern an, auch künftig mehr flexibles Arbeiten anbieten zu wollen.

Es bleibt aber nicht bei technisch getriebenen Veränderungen. Dr. Christian Schilcher, Projektmanager bei der Bertelsmann Stiftung, sieht die gesellschaftlichen als mindestens ebenso wichtig an. Sie trieben, so sagt er, vor allem den Bedeutungswandel von Arbeit voran: „Es entstehen neue Ansprüche an Arbeit und der Wunsch nach einem größeren Freiraum bei der Gestaltung der eigenen Arbeit.“

Der wird vor allem bei den jungen, gut qualifizierten Arbeitskräften aus den Generationen Y und Z laut, die mit den Prinzipien von „New Work“ vertraut sind. Sie wissen, dass sie auf dem Markt gefragt sind, und auch, dass sie sich nicht selten ihren künftigen Arbeitgeber unter vielen guten aussuchen können. Deshalb stehen bei ihnen Faktoren wie eine stimmige Work-Life-Balance, eine möglichst flexible Arbeitsgestaltung, flache Hierarchien sowie Transparenz und Entwicklungschancen weit oben auf der persönlichen Wunschliste. Und wenn das unternehmenseigene Wohlfühlmanagement beim Bewerbungsgespräch mit am Tisch sitzt, hinterlässt das ebenfalls Eindruck.

Eigenverantwortung, Vertrauen und ein Mehr an Gestaltungsmöglichkeiten gelten als zentrale Eckpfeiler von New Work. Teamwork und Kooperation sind bei diesem Konzept der Normalfall, nicht die Ausnahme. Gute und kreative Lösungen,

so viel steht fest, entstehen durch gemeinsames Agieren. Eine Unternehmenskultur, in der es ausdrücklich erlaubt ist, Fehler zu machen, hilft dabei zusätzlich.

INNOVATIONSPLATTFORM UND SCHNITTSTELLE

Teamwork braucht Platz. Wer im Arbeitsalltag voneinander profitieren will, ist auf Raum zum Austausch angewiesen. Viele klassische Büros geben den, so ehrlich muss man sein, bislang nicht in ausreichendem Maße her. Deshalb werden neue Ansätze besonders aufmerksam registriert – wie etwa ein viel beachtetes Großprojekt, das in diesem Frühjahr in Oldenburg an den Start geht: das CORE im ehemaligen CCO. Es sorgt sogar überregional für einige Aufmerksamkeit; zuletzt berichteten etwa der Fernsehsender Arte und das Bahnmagazin „DB mobil“ über das Vorhaben. Was macht es so besonders?

Es sind die Ziele, die sich die Initiatoren gesteckt haben. Zum einen wollen sie auch über Oldenburg hinaus neue Perspektiven für die Innenstädte aufzeigen und verdeutlichen, wie sie wieder lebendiger werden könnten. Ihre Botschaft: Wenn die bisherigen Konzepte nicht mehr weiterhelfen, müssen neue ausprobiert werden. Nur als „place to be“ haben Innenstädte im bislang bekannten Sinn eine Überlebenschance – als Ort an dem man sich gern aufhält, Freunde trifft, etwas isst und trinkt, Kultur genießt und shoppt. Dafür gelte es, die Kräfte zu bündeln, sagt Architekt und Ideengeber Alexis Angelis.

Zum anderen möchte CORE als Innovationsplattform eine gut wahrnehmbare Schnittstelle für die Aktivitäten der zukunftsorientierten Branchen im Nordwesten bieten und das kreative Potenzial Oldenburgs zusammenbringen und aufblühen lassen. Kernidee ist es, den Unternehmen, Gründern, Studierenden, Kreativen und Wissenschaftseinrichtungen einen intensiven Austausch untereinander und eine attraktive Präsentationsfläche nach außen zu ermöglichen. Dabei geht es auch darum, Abwanderung zu verhindern. Angelis: „Die Stärkung des Innovationsstandorts Oldenburg sorgt dafür, dass Nachwuchs- und Fachkräfte auch jenseits der Metropolen hier langfristig Perspektiven für sich sehen und das Potenzial der Region vervielfachen.“

Die Fläche von rund 2.500 Quadratmetern werden sich Meeting- und Eventräume, eine Markthalle mit Streetfood-Ständen sowie feste, aber auch frei buchbare Coworking-Arbeitsplätze in unterschiedlichen Größen teilen. „Wir haben dieses Projekt von Beginn an sehr wohlwollend begleitet und es aktiv unterstützt, etwa beim Genehmigungsverfahren“, sagt Ralph Wilken, Leiter der Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg. Es sei vor allem für den Bereich der nördlichen Innenstadt von großer Bedeutung.

DIE ZUKUNFT DES COWORKING BEGINNT NACH CORONA

Aktuell soll es in Deutschland nach Angaben ihres Bundesverbandes knapp 1.300 Coworking Spaces mit Arbeitsstationen, Gemeinschaftsflächen und Ruhebereichen geben, rund viermal so viele wie noch 2018. Dem Zuwachs konnte auch die Coronakrise nichts anhaben. Verbandschef Tobias Kollwe erwartet sogar eine weitere Steigerung: „Ich bin fest davon überzeugt, dass mit der Post-Corona-Zeit die Zukunft des Coworkings kommt.“

Oldenburg liegt im Trend. Was etwa mit dem Kreativ:Labor in der Kulturetage und dem Space im Dienstleistungs-Zentrum Oldenburg (dzo) begann, findet seine Fortsetzung heute beispielsweise mit dem Raumanbieter Regus und dem Kreativraum-Vermieter movable Space, beide am Stau gelegen.

Auf der anderen Hanteseite ist seit dem Herbst 2019 in einem Gebäude, das früher zur Glashütte gehörte, das „Glaswerk“ ansässig. Auch hier finden sich mietbare Büroräume, Seminar- und Workshopflächen sowie kostenlos zu nutzende Open Spaces. Der Entspannung dient die Beachlounge im Kellergeschoss. Eine in Kooperation mit dem Stadtmuseum entwickelte Ausstellung erinnert an die Zeit, als an diesem Standort noch Flaschen und Weckgläser produziert wurden.

Das Angebot im von der Wirtschaftsförderung finanziell unterstützten GO! Start-up-Zentrum des TGO wendet sich vorrangig an Existenzgründer. Wer kurzfristigen Raumbedarf hat oder sein Team für branchenübergreifende Impulse mit externen Kontakten vernetzen möchte, ist hier an der richtigen Adresse. „Das Konzept basiert

darauf, nicht nur kostengünstig und flexibel zu arbeiten, sondern sich auch miteinander zu vernetzen und gemeinsame Projekte zu realisieren“, erklärte Projektleiterin Alexandra Wurm zur Eröffnung im Sommer 2020. Nebenbei: Auch hier baumelt eine Schaukel auf dem Flur.

EIN ORT FÜR DIGITALE UND NACHHALTIGE INNOVATIONSVORHABEN

Wenn große Unternehmen sich für die Förderung von Start-ups starkmachen, dann ist ihnen Aufmerksamkeit gewiss. So geschehen etwa 2017, als BÜFA sich mit drei Millionen Euro am High-Tech-Gründerfonds beteiligte. Inzwischen hat das Team um Firmenchef Felix Thalmann sein Engagement ausgeweitet. So soll in der alten Glashalle in Ohmstede Platz für Gründer geschaffen werden. Thalmann: „Start-ups sind wichtig für die Wirtschaft, deshalb wollen wir sie unterstützen.“ In Oldenburg fehle es aber an geeigneten Räumlichkeiten für sie, fügt der Schweizer hinzu.

Und der BÜFA-Chef macht Nägel mit Köpfen. Das Projekt mit dem programmatischen Namen „ZUKUNFT. unternehmen“ soll Ort für digitale und nachhaltige Innovationsvorhaben werden. Ausrangierte Schiffscontainer werden rundum saniert und zu modular nutzbaren Arbeitsräumen umgebaut. In insgesamt 30 Containern entstehen bis zu 150 Arbeitsplätze. Auch ein Coworking Space und ein großer Veranstaltungsbereich stehen zur Verfügung.

Das Konzept des aus einer gemeinsamen Vision der ZUKUNFT. unternehmen gGmbH (An-Institut der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg), der BÜFA-Gruppe sowie der Barthel Stiftung entstandenen Inkubators kommt an. Im Februar dieses Jahres traf der Bescheid über eine Förderung durch die NBank ein. „Eine Bestätigung dafür, dass unsere Vision inspiriert und überzeugt“, betont Miriam Wiediger, Geschäftsführerin der ZUKUNFT. unternehmen gGmbH.

Mehr Homeoffice, mehr Coworking, dazu außergewöhnliche Arbeitsstätten wie das Ohmsteder Containerdorf – was bedeutet das im Umkehrschluss für den Markt der Büroimmobilien?

UNSICHERHEITEN ÜBER DIE ZUKUNFT DER BÜROS

Im Jahr 2020 gab es nach Angaben des Maklerhauses JLL rund 390 Millionen Quadratmeter Bürofläche in Deutschland. Die „Wirtschaftswoche“ schreibt, dass schon bald etwa ein Fünftel davon frei werden könnte. Vielerorts herrsche Unsicherheit, wie es weitergeht. So gebe es noch keine Antwort auf die Frage nach der richtigen Balance zwischen benötigter Bürofläche vor Ort und dem flexiblen Arbeiten der

Mitarbeiter. „Jedes Unternehmen muss ein passendes Modell finden“, erklärt JLL-Sprecher Helge Scheunemann. Für innerstädtische und top-ausgestattete Büroflächen werde es aber „immer eine Klientel geben, die auch bereit ist, entsprechende Top-Mieten zu bezahlen“, fügt er an.

Und wenn nicht? Dann könnte eine Idee des Bündnisses „Soziales Wohnen“ greifen: die Umwidmung ungenutzter Büros in Wohnungen. Etwa 235.000 Wohnungen könnten deutschlandweit in innerstäd-



tischen Bereichen bis 2025 aus bisherigen Büroflächen entstehen, heißt es. Matthias Günther, Vorstand des Pestel Instituts in Hannover, sieht in der Umnutzung durchaus einen Baustein zur Lösung der Wohnungsknappheit in den Städten. Ein Modell mit Zukunft?

Klar ist: Das Büro von morgen wird ganz anders sein als das von heute. Das ist im Übrigen keine besonders neue Erkenntnis. Schon 2016 erläuterte Lars Andresen, Geschäftsführer des Oldenburger

Büroausstatters Walter Schumacher: „Die Digitalisierung und das Internet der Dinge werden auch den Büroalltag entscheidend verändern.“ Wichtigste Aufgabe sei es dabei, „die Trends und Innovationen richtig einzuschätzen und die Spreu vom Weizen zu trennen“.

Unstrittig ist inzwischen, dass sich das Büro der Zukunft zu einer Art Begegnungsstätte entwickeln wird, die dem persönlichen Kontakt, dem Austausch und dem Netzwerken dient. Ferner werden die

Büros die Orte sein, an denen junge und alte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter voneinander lernen können. So sehr nämlich die Angehörigen der Generationen Y und Z auf Veränderungen in der Arbeitswelt drängen, so unsicher sind sie doch in vielerlei Dingen. 45 Prozent der Befragten dieser Altersklasse gaben in einer Umfrage zu verstehen, dass ihnen die mangelnde Kommunikation zwischen Homeoffice und den weiterhin im Büro arbeitenden Kolleginnen und Kollegen Probleme bereite.

UNTERNEHMEN MIT GESELLSCHAFTLICHER VERANTWORTUNG

Wenn die Funktion des Büros sich ändert, dann sieht es natürlich auch anders aus. Das beginnt schon bei den Möbeln. Nachhaltigkeit gewinnt an Stellenwert. Die naturverträgliche Rohstoffgewinnung, schadstofffreie Herstellungsverfahren und faire Arbeitsbedingungen sind hier die großen Themen, mit denen sich die Branche beschäftigt.

Da kommt ein junges Unternehmen wie claus+claus gerade recht. Die Oldenburger verstehen sich als ökologischer und sozialer Hersteller von Büromöbeln. Sie bevorzugen eine Ausstattung, die so wenig Schadstoffe wie möglich in die Atemluft ausdünstet. „Auch wir als kleines Unternehmen wollen unserer gesellschaftlichen Verantwortung nachkommen“, sagt Florian Schön, der die Firma gemeinsam mit Bina Wirth betreibt. Ihre gemeinsame Idee besteht darin, die Fertigung gesunder Möbel für Mensch und Umwelt mit einem Anspruch an modernes Arbeiten und Design zu verknüpfen.

„Wir retten Rohstoffe vor der Entsorgung und bringen sie wieder in den Kreislauf“, beschreibt Schön die Arbeitsweise, die auf Serienproduktion ausgerichtet ist, aber auch vor der Maßanfertigung nicht haltmacht – zum Beispiel von Tischen, Regalen, Sideboards und Hockern.

Nur ein Möbelstück haben sie noch nicht im Sortiment: Schaukeln. Aber das kann ja noch kommen.



Foto: Ey Meister

Unternehmensübergabe

Virus blockiert Nachfolge

Wegen der Pandemie legt mancher Chef die Nachfolgeplanung auf Eis. Es drohen mehr Schließungen. Gelungen ist die Nachfolge dagegen bei der Ingenieurgesellschaft Nordwest und bei Jannik Henken. Der Elektrotechniker kann mit einer Übernahme wachsen, obwohl der Arbeitsmarkt für Installateure leergefegt ist.

Foto: Ingenieurgesellschaft Nordwest



Das Führungsquartett der Ingenieurgesellschaft Nordwest arbeitet seit Jahren erfolgreich zusammen.

Manch Mittelständler kämpft wegen der Corona-Krise mit existenziellen Problemen. Da gerät die Zukunftsplanung leicht in den Hintergrund. Laut dem Nachfolge-Monitoring von KfW Research ist im Jahr 2020 erstmals bei mehr als der Hälfte der kleinen und mittleren Unternehmen unklar, ob und wann es eine Nachfolge gibt. Mit der Dauer der Corona-Krise steige das Risiko für Stilllegungen anstelle erfolgreicher Übergaben.

Von den knapp vier Millionen Mittelständlern in Deutschland strebt ein Drittel eine Nachfolgelösung an. Rund 16 Prozent steuern dagegen auf die Stilllegung zu. Mit der gestiegenen Unsicherheit seit dem Lockdown im April 2020 gibt es KfW-Research zufolge eine Verschiebung von Nachfolge- zu Stilllegungsplänen. Es sind aber vor allem die Mittelständler mit

längerem Zeithorizont, die ihre Planungen aussetzen. Viele Übergabeprozesse erfolgen dagegen wie vereinbart, bei rund 260.000 Firmen soll in den nächsten zwei Jahren die Inhaberschaft wechseln.

Nach Plan läuft die Nachfolge bei der 1978 von Jürgen Becker gegründeten Ingenieurgesellschaft Nordwest in Oldenburg. Um das Unternehmen sicher in die Zukunft zu führen, hatte der Gründer frühzeitig die Führungsebene erweitert und die fachliche sowie die finanzielle Verantwortung auf verschiedene Schultern verteilt. „So konnten Kompetenzen gesichert und gut motivierte Führungskräfte für das Unternehmen gewonnen werden“, erklärt Ingenieur Becker. In einem vertrauensvollen Umfeld wurden die Verantwortlichen zunächst zu Prokuristen und Geschäftsführern

und dann zu Mitgesellschaftern. Damit der erweiterte Führungs- und Gesellschafterkreis harmonisiert, müssen alle Beteiligten das große Ganze in den Mittelpunkt ihrer unternehmerischen Entscheidungen stellen, betont Becker: „Das setzt natürlich immer die Bereitschaft jedes Einzelnen voraus, die eigenen Interessen in den Hintergrund zu rücken und den Interessen der Gesellschaft den Vorrang zu geben. Das funktioniert bei uns recht gut.“ Das Unternehmen ist seit der Gründung rasant gewachsen und hat sich mit ingenieurwissenschaftlichen Dienstleistungen zunehmend breiter aufgestellt. Im Jahr 2005 war man noch mit 65 Beschäftigten an den heutigen Stammsitz in Etzhorn gezogen. Inzwischen sind 200 Mitarbeitende hinzugekommen. Ein Großteil der Belegschaft arbeitet in Oldenburg, zudem gibt es bundesweit

sieben Niederlassungen. Anders als bei der Ingenieurgesellschaft Nordwest fand man bei Elektro Jäger eine externe Lösung für die Nachfolge. Die erste Anfrage des Oldenburger Handwerksbetriebs lehnte Jannik Henken zunächst ab. Der Elektrotechniker hatte seinen Meisterbrief erst seit kurzem in der Tasche und wollte zunächst selbst einen Betrieb aufbauen. Doch schon ein Jahr nach der Gründung konnte er mit zwei Angestellten nicht mehr alle Anfragen bedienen. Neues Personal war nicht zu bekommen. Über den Auftrag für einen gemeinsamen Kunden entschied sich Henken dann, das in zweiter Generation geführte Oldenburger Unternehmen doch zu übernehmen. Der aus Altersgründen ausscheidende Vorgänger hätte den Betrieb ansonsten geschlossen.

Die Übernahme vor fünf Jahren gestaltete sich dann weit schwieriger als von Henken erwartet: „Das Verfahren ist unfassbar kompliziert.“ Bei der Frage nach dem Wert des Unterneh-

mens konnten sich beide Parteien bald auf eine Summe verständigen. Schwieriger wurde es dagegen bei der Haftung des künftigen Inhabers für die Arbeiten aus der Zeit des Vorgängers. Henken wollte zudem nicht alle bestehenden Verträge übernehmen. Weitere Hürden tauchten auf, als Steuerberater, Anwalt und Bank darauf hinwiesen, dass alle Mitarbeiter der Übernahme zustimmen müssten. Andernfalls wäre der Betrieb vom Alteigentümer bis zum Ende der Kündigungsfrist aufrechtzuerhalten.

Mit der Übernahme von Elektro Jäger mit damals sechs Beschäftigten konnte Henken schneller wachsen. „Ein solides, eingeführtes Unternehmen zu kaufen hat mir einige Jahre an Aufbauarbeit erspart.“ Sein Meisterbetrieb zählt heute 20 Mitarbeitende. Weil die alte Betriebsstätte zu klein wurde, zog man 2019 innerhalb Oldenburgs um. Das war auch der Anlass, das übernommene Unternehmen auf Jannik Henken Elektrotechnik umzufirmieren. Weil das Handwerk boomt und Betriebe händierend nach Installateuren suchen, ist sogar ein erneuter Zukauf für den 28-Jährigen eine Option: „Ich würde auch eine weitere

Firma übernehmen.“ Das Unternehmertum scheint bei Henken jedenfalls stark ausgeprägt zu sein.

Schon in der Grundschule war für ihn klar, dass er sich selbstständig machen will. Auch der Vater führt einen Handwerksbetrieb. Derzeit arbeitet er mit einem Bekannten an einer Gründung mit dem Fokus auf Erneuerbare Energie und Elektromobilität: „Wieder bei null anzufangen, das ist spannend.“

Nachfolger gesucht

Die bundesweite **Unternehmensbörse „nexas-change“** ermöglicht Angebote und Gesuche. Firmen können Nachfolger oder aktive Teilhaber suchen. Zugleich steht die Börse allen offen, die ein Unternehmen übernehmen wollen. Man kann direkt nach passenden Angeboten suchen oder ein anonymes Inserat erstellen.
www.nexas-change.org

Auch die **Handwerkskammer** bietet Beratungen an, die **Oldenburgische IHK** zudem auch eine regionale Nachfolgebörse. Wer eine Übergabe im Oldenburger Land plant oder ein Unternehmen aus der Region übernehmen möchte, kann kostenfrei in der Mitgliederzeitung „Oldenburgische Wirtschaft“ inserieren.
www.ihk-oldenburg.de
www.hwk-oldenburg.de

Ansprechpartner für Nachfolgeberatungen bei der Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg ist Jörg Triebe (Telefon: 0441 235-2625, joerg.triebe@stadt-oldenburg.de).



Foto: Andreas Burmann

Social-Media-Marketing

Es muss passen

Clubhouse ist seit Januar in aller (Social-Media-)Munde. Höchste Zeit also, auf den rasant beschleunigenden Zug aufzuspringen? Das kommt – wie bei jedem anderen Marketing-Kanal auch – darauf an. Die Gesamtstrategie muss passen. Wir geben Orientierung.



Foto: Julia Heisler

Kennt sich in den sozialen Medien bestens aus: Digitalstrategin Julia Heisler.

Die Nase vorn hatte 2020, wer sein Geschäft schnell auf etablierte digitale Kanäle verlagern konnte: im Online-Handel, in der Kommunikation seiner (Abhol-)Angebote, in der Kundenbindung. Andere Unternehmen betraten digitales Neuland. Wer sich digital (neu)ausrichten will, tut gut daran, sich eine solide Basis zu schaffen. Und mit einer guten Strategie in der Hand lässt sich auch das Potenzial neuer Apps für das eigene Geschäft schnell einschätzen.

AUTHENTIZITÄT ZÄHLT

„Die Konkurrenz ist auch auf Instagram“ ist allein noch kein Grund, als Firma einen Kanal zu eröffnen, ist Julia Heisler überzeugt. Die Oldenburger Digitalstrategin ist E-Commerce- und Social-Media-Marketing-Expertin und berät Klein- und mittelständische Firmen. Unternehmern ohne Social-Media-Erfahrung rät sie, die Plattformen zunächst in Ruhe kennenzulernen. Also: App installieren, ein Konto anlegen und ausprobieren. Erst recht, wer die Kanäle

selbst betreiben will, sollte sich auf ihnen wohlfühlen. „Wenn die Arbeit Spaß macht, springt auch der Funke über. Dann kommt die Reichweite von selbst“, ist Heislers Erfahrung. Sich Verbiegen klappt auf Dauer nicht, dann lieber die Aufgabe delegieren oder einen anderen Kanal ausprobieren.

Inhaltlich rät sie für den Anfang zu einem Mix aus Wissen und unterhaltsamen „Blicken hinter die Kulissen“. Orientierung können anfangs YouTube-Videos geben. „Selbst für Nischenbranchen gibt es da oft gute Tipps.“ Danach empfiehlt sie, sich in Workshops gezielt weiterzubilden. In ihren Workshops an der Volkshochschule gibt sie einen kompakten Überblick über Plattformen und Möglichkeiten. Und erklärt, dass eine stabile Community Zeit braucht. „Mindestens ein Jahr sollte man einplanen, mit etwa zehn Stunden in der Woche.“ Mit einem guten Gespür für Themen und Umsetzung geht das auch ohne großes Werbebudget.

MIT STRATEGIE ZUM ZIEL

Wer langfristig Marketingziele mit Hilfe sozialer Medien erreichen will, braucht eine Strategie. Sebastian Neumann, Chef der Online-Marketing-Agentur Ahoi Digital, nennt den Grund: „Es wie in der Buchhaltung: Keine Buchung ohne Beleg. In der Kommunikation heißt das: Keine Aktivitäten in Social Media ohne Konzept.“ Wozu soll der neue Kanal dienen? Soll er andere Kommunikationswege ersetzen oder ergänzen? Der Fokus kann etwa auf Kundenbindung oder Neukundengenerierung liegen, auf Markenbekanntheit oder Verkauf. Oder steht Employer Branding im Mittelpunkt?

Sind Ziele, Zielgruppen und Kernbotschaften erstmal definiert, fällt es leichter, relevante Inhalte zu konzipieren. Und ohne Relevanz keine Reichweite. Wurden schon Personas entwickelt, umso besser. Häufig begleiten spezialisierte Agenturen die Strategiewerk und helfen bei den ersten Schritten. Wer Vorwissen hat oder wem das Budget fehlt, findet im Internet zahlreiche Checklisten. Bei einer Weiterbildung zum Social-Media- oder Online-Marketing-Manager kann man als Abschlussarbeit oft ein Konzept für das eigene Unternehmen entwickeln. Über Gründerförderung, die Landesinitiative Go Digital und die NBank sind Zuschüsse möglich.

EIN SCHRITT NACH DEM ANDEREN

Bis sich Redaktionsabläufe eingeschliffen haben dauert es. Was aussieht wie „schnell gemacht“, ist es nicht immer. Damit die Reaktionszeiten stimmen, sollte man sich zunächst auf eine Plattform konzentrieren. Aber auf welche? Neben den eigenen Vorlieben sind die Gewohnheiten und Bedürfnisse der Zielgruppen entscheidend. Aktuell heißt

es: Über 40-Jährige sind eher auf Facebook anzutreffen, Jüngere bei Instagram und/ oder TikTok. Weitere Hinweise ergeben sich beim Sammeln der Themen. Wo sucht meine Zielgruppen nach, wo tauscht sie sich aus? An welchem Punkt der Customer Journey treffe ich meine Zielgruppen auf den Kanälen? Wo agieren relevante Influencer?

Sind alle Fragen beantwortet, kann es an die konkreten Inhalte gehen. Ein langfristig geführter Redaktionsplan hilft, den roten Faden zu behalten und effizient zu arbeiten. Er gibt Überblick, was, wann und wo im Kanal veröffentlicht wurde und wird.

Im Internet finden sich Vorlagen für Excel-Tabellen und gängige Projektplanungs-Tools. Wer regelmäßig die Kanal-Insights analysiert, kann gut Funktionierendes zur Methode machen und bei Veränderungen reagieren. Am Anfang heißt es aber: laufen lassen. Nach zwei Wochen sind die Daten noch nicht aussagefähig, nach drei bis sechs Monaten sieht es schon anders aus.

NUTZEN AUCH OHNE COMMUNITY

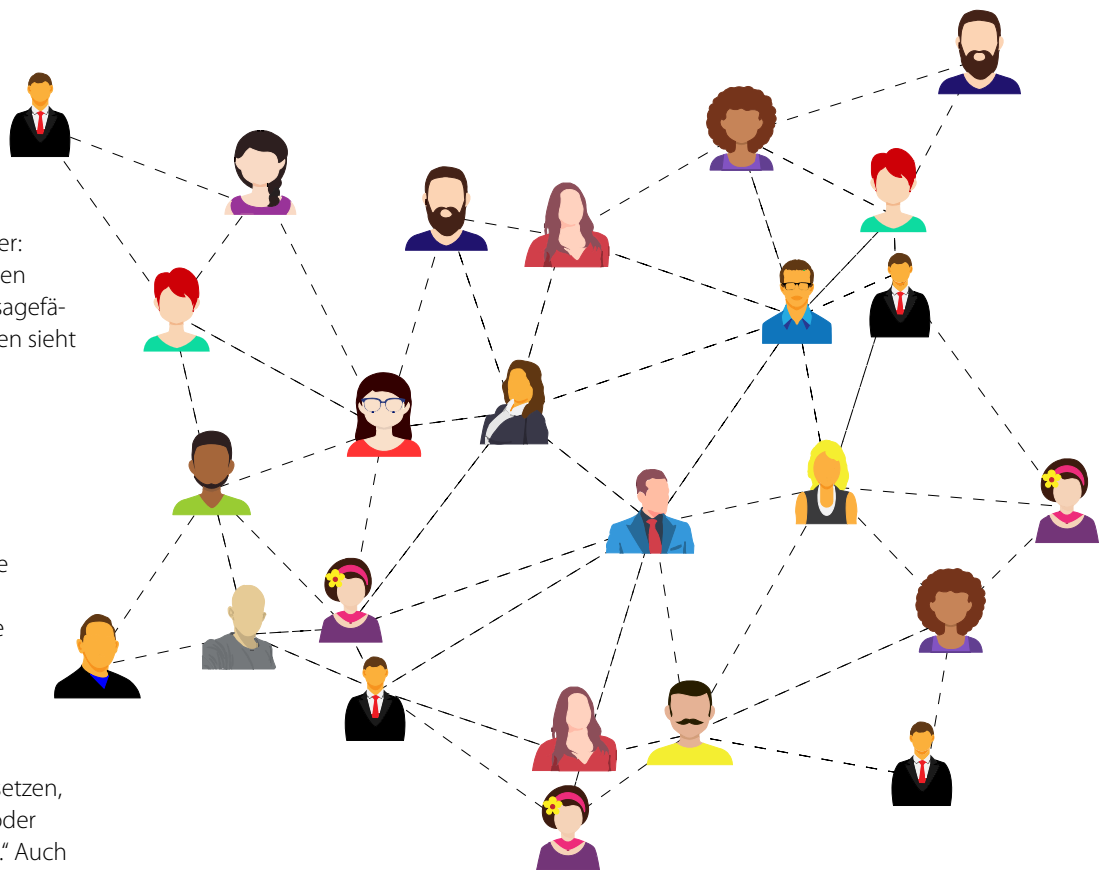
Und wenn die Zeit fehlt, Kanäle aktiv zu betreiben? Oder das Geschäftsmodell auf einmalige Käufe statt Kundenbindung abzielt? „Auch dann lohnt sich Social-Media-Marketing“, sagt Julia Heisler. „Man kann auch rein auf Werbeanzeigen setzen, zum Beispiel mit der Website oder einer Landingpage als Klickziel.“ Auch Unternehmerinnen und Unternehmer,

die (noch) keine Kanäle betreiben wollen, sollten auf allen gängigen Plattformen Accounts anlegen. So sichern sie sich ihren Wunschnamen und halten sich Optionen offen. Ansprechende Kanalinformationen mit Kontakthinweis geben der Kundschaft erst einmal Orientierung.

Die sozialen Medien erfinden sich permanent neu. Apps kommen dazu, entwickeln Features, stellen (mitunter auch beliebte) Funktionen wieder ab. Neben den Kanälen selbst helfen Fachmagazine wie T3N, oder OMR, das Social Hub Mag oder das Upload-Magazin, am Ball zu bleiben.

„Gerade Neueinsteiger fühlen sich von dem großen Informationsangebot im Netz schnell erschlagen“, weiß Sebastian Neumann. Der Geschäftsführer der Online-Marketing-Agentur Ahoi Digital und Gründer des Fachverbands #SoMe ist selbst Anbieter von Weiterbildungen und Initiator des Social-Media-Stammtischs in Oldenburg.

„Viele Social-Media-Manager sind Einzelkämpfer. Für sie ist der persönliche und fachliche Austausch unheimlich wertvoll.“ Neue Teilnehmer sind herzlich willkommen – bei den (aktuell virtuellen) Stammtischen und in der Facebook-Gruppe „SoMe Oldenburg – Community!“



Und was ist nun dieses Clubhouse?

In der audio-basierten Networking-App diskutieren Menschen in sogenannten „Räumen“ über selbstgewählte Themen, andere hören zu. Als spannend wird empfunden, dass so persönliche Gespräche über Lebenswelten hinweg

zustande kommen, etwa zwischen Politikern und „einfachen Bürgern“, Influencern und Journalisten. Kritisiert wird der Umgang mit Nutzerdaten und dass Hatespeech auf der Plattform ungeahndet bleibt. Dennoch nehmen

die Nutzerzahlen exponentiell zu. Das Geheimnis des Hypes: Verknappung. Ohne „Invite“ eines aktiven Nutzers kein Zugang. Und diese Einladungen sind begrenzt. Zudem steht die App derzeit nur für iOS zur Verfügung.

Start-ups

Gründer mit Gründen

Wenn eine kluge Idee geboren wird, ist der Weg bis zur Umsetzung oft nicht leicht. In den letzten Monaten war es für Gründerinnen und Gründer besonders herausfordernd, mit ihren Konzepten Fuß zu fassen. Drei Oldenburger Unternehmen zeigen, dass der entscheidende Schritt auch in Krisenzeiten gelingen kann.



Foto: DHW

Sieht im DE-INK-Verfahren jede Menge Potenzial: Unternehmer Frank Willers.

WENIGER VERPACKUNGSMÜLL DANK SPEZIALLACK

Bunte Kunststoffverpackungen wieder strahlend weiß und somit vollständig recycelbar machen – in Zukunft soll das allein durch ein heißes Wasserbad möglich sein. Die Oldenburger Frank Willers und Claus Haferkamp haben ein Verfahren entwickelt, das ohne Grundwasser belastende Lösungsmittel auskommt. Der Clou: Die Partikel des eigens entwickelten Speziallacks werden nicht im Wasser aufgelöst, sondern trennen sich flächig von der Verpackung, können am Ende also als Ganzes herausgefiltert werden.

Das gängige Etikettier-Verfahren ist zurzeit das sogenannte In-Mould-Labeling (IML). Dabei wird eine Folie in die Spritz-

gussmaschine eingelegt und mit der Verpackungshülle verschweißt. „Das ist Bundesliga, der Markt wächst enorm“, weiß Frank Willers. Das Problem dabei: die Farbe im Recyclingprozess. Die Kunststoffverpackung wird zerkleinert und zu Granulat verarbeitet, kann jedoch nie wieder weiß werden. Das soll sich jetzt ändern. Rund zwei Jahre hat es gedauert, bis die beiden im März 2020 ihr DE-INK-Verfahren (to de-ink, engl. „entfärben“) zum Patent anmelden konnten.

Mit der neu gegründeten Firma HTW Consultants soll DE-INK in die Welt getragen werden. Groß angelegte Marketingkampagnen und Produktvorführungen auf Messen fielen durch Corona aus, aber Willers und Haferkamp ließen sich nicht unterkriegen. Sie entwarfen einen Flyer, der einen Selbstversuch am heimischen

Schreibtisch ermöglicht. Ein Teil der Farbe darauf lässt sich durch Aufbringen von 70 Grad heißem Wasser rückstandslos entfernen. Übrig bleibt eine weiße Fläche. Die großen Spritzgussunternehmen, IML-Folienhersteller und Lebensmittelkonzerne könnten Kunden sein. Eine Kooperationsanfrage bei einem belgischen Etikettenhersteller läuft bereits. Mit 40 Millionen Etiketten täglich hält das Unternehmen 40 Prozent des weltweiten Marktanteils.

„Wenn Recyclingunternehmen in eine entsprechende Waschanlage investieren, bekommen sie im Anschluss wieder reinweißes Material für die Herstellung neuer Verpackungen. Die Anschaffungskosten für die Anlage werden also um ein Vielfaches ausgeglichen“, erklärt Willers. „Gleiches gilt für Verpackungs-

hersteller. Wenn sie ihren Herstellungsprozess anpassen, können sie unterm Strich viel ökonomischer arbeiten.“

Das Duo trifft damit einen wunden Punkt. Das große Thema, das die Unternehmen der Branche in der heutigen Zeit bewegt, ist Nachhaltigkeit. Die jüngeren Generationen werden zunehmend sensibilisiert und lehnen Einmalprodukte ab. „DE-INK klingt zunächst wie eine kleine Idee, aber durch die Vielzahl an Anwendungsmöglichkeiten wird dieses Verfahren der nächste große Schritt in Richtung Nachhaltigkeit sein“, ist sich Willers sicher. Dass die Anfragen an Nestlé, Unilever und Co. aus Oldenburg kommen, sieht er nicht als Nachteil. „Viele große Erfindungen wurden in kleineren Orten gemacht. Otto Lilienthal hat im brandenburgischen Derwitz seine ersten Flugversuche unternommen“, sagt er.

LEBENSMITTELPRODUKTION IN LUFTIGEN HÖHEN

Und auch das Alter spielt bei klugen Ideen keine Rolle. Das beweisen Tom Junge und Felix Jan Kunert. Im November 2020 gründeten die Studenten Vertikali. Ihr Plan: der Bau und Vertrieb von Vertical Farms – mehrstöckige Anbauflächen, die vor allem im urbanen Raum zunehmend gefragt sind. Durch ein ausgeklügeltes Regalsystem kann auf wenig Grundfläche eine große Menge Lebensmittel produziert werden. Die wichtigsten Hersteller der Branche erreichen pro Quadratmeter etwa vierhundert Mal so viel Ertrag wie im konventionellen Anbau. Im Kleinen soll das bald auch in Oldenburg möglich sein.

Der Vorteil: Vertical Farming kann auch auf bereits versiegelten Flächen betrieben werden, etwa in leerstehenden Gebäuden. Die perfekte Ergänzung zur traditionellen Landwirtschaft also. Die Anbaufläche, die Junge und Kunert durch ihre Vertical Farm einsparen, möchten sie in Blühwiesen verwandeln. Mit ihrem Crowdfunding-Projekt „Oldenburg ImmerBunt“ legten sie Anfang des Jahres den Grundstein. Die ersten Kosten für die insektenfreundliche Wiese konnten dank zahlreicher Unterstützerinnen und Unterstützer bereits gedeckt werden.

Eigentlich wollten die beiden ihr Unternehmen erst nach dem Studium gründen. Durch die Corona-Krise kam jedoch alles anders. „Seit gut einem Jahr studieren wir online und hatten dadurch viel mehr Zeit, parallel unsere Pläne eines eigenen Unternehmens zu verfolgen. Deshalb gibt es Vertikali schon jetzt“, sagt Tom Junge. Dass die Gründung mitten in der Krise passierte, sieht Kompagnon Felix Jan Kunert sogar als Vorteil: „Der Ausnahmezustand war von Beginn an Teil unseres unternehmerischen Alltags und hat uns stärker gemacht. So schnell wirft uns nichts mehr aus der Bahn.“

Seit kurzem ist auch Agrarwissenschaftler Johnny Benjes Teil von Vertikali. Der Oldenburger überarbeitet etwa die Mixtur des Saatguts, um es noch besser für die Biodiversität zu machen. „Wenn jemand, der erst neu dabei ist, sich mit so viel Herzblut in unsere Idee reinkniet, ist das das schönste Feedback für uns“, findet Kuhnert. Das erste vertikale Anbausystem wollen die drei noch in diesem Jahr in Betrieb nehmen. Deshalb sind sie weiter auf der Suche nach Kooperationspartnern. Die Handwerkskammer Oldenburg ist bereits mit im Boot, ebenso die Unternehmen BÜFA, Famo, Pro Weideland und Meybau sowie viele kleine und große Firmen. „Wer Teil unseres Projekts werden will, kann den Kontakt zu uns aufnehmen

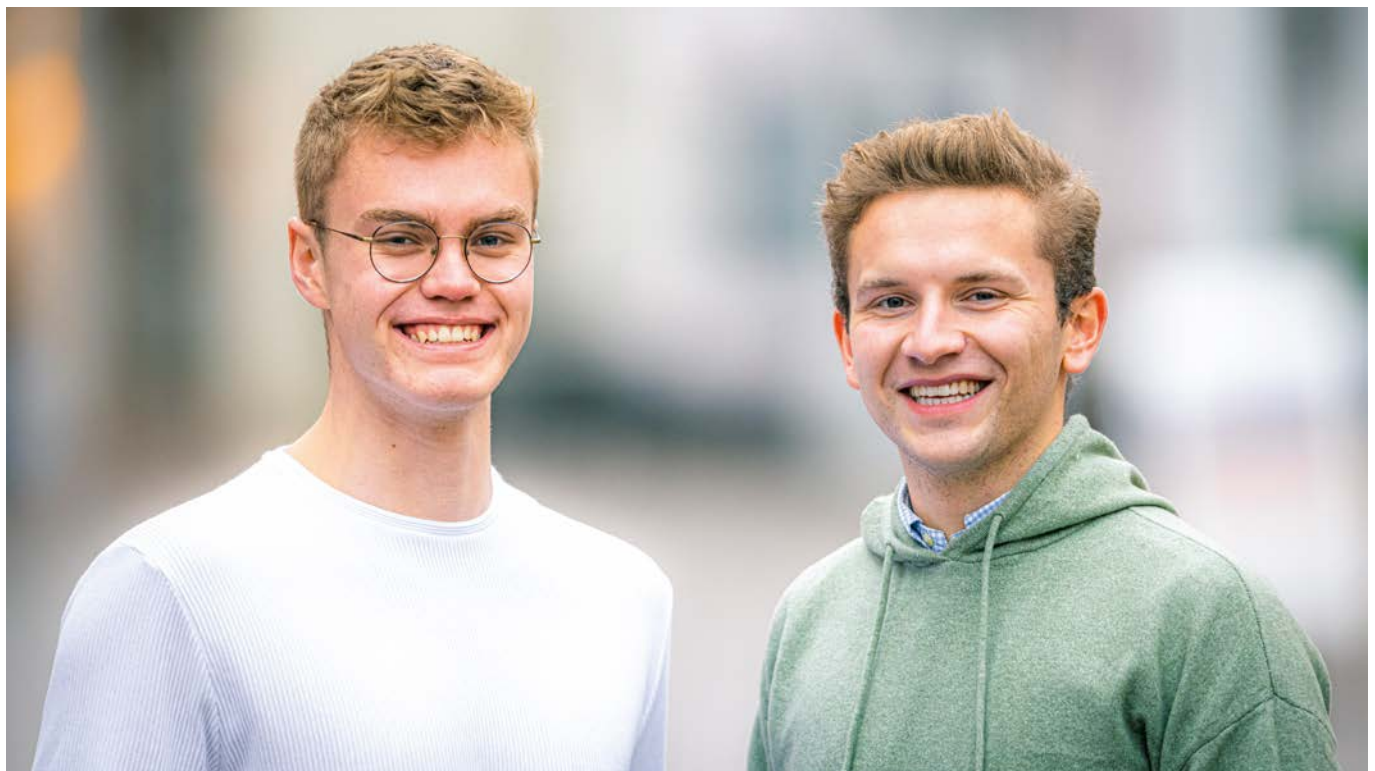
– egal ob Unternehmen oder Privatperson. Wir freuen uns über alle, die zu unserer Vision beitragen möchten“, so Tom Junge. Vertikali ist und bleibt ein echtes Gemeinschaftsprojekt.

STARTHILFE DURCH DIE WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

Auch die Stadt Oldenburg unterstützt das Vorhaben der jungen Männer tatkräftig. Mit der Wirtschaftsförderung fanden bereits erste Gespräche über Fördermöglichkeiten statt, und auch eine Innovationsberatung war Teil des Angebots. Seit dem 1. März nehmen Junge, Kunert und Benjes zudem am städtisch geförderten Accelerator-Programm im Go! Start-up Zentrum des Technologie- und Gründerzentrums Oldenburg (TGO) teil.

Zuletzt erhielten dort unter anderem auch Florian Schön und Bina Wirth vom Büromöbelhersteller claus+claus wertvolle Impulse, um ihr Unternehmen zukunftsfähig aufzustellen. Außerdem erhielten sie ein Gründungsstipendium von der NBank sowie einen Investitionszuschuss der Stadt Oldenburg. Mehr über das Unternehmen, das Nachhaltigkeit, modernes Arbeiten und Design zusammenbringen möchte, erfahren Sie auf Seite 11.

Foto: VertikalGmbH



Die klugen Köpfe hinter Vertikali: Felix Jan Kunert und Tom Junge.



Hat mit Frühstückslieferdienst und Retrobackstube ins Schwarze getroffen: Reisejournalist Maik Günther.

FRÜHSTÜCK DIREKT AN DIE HAUSTÜR

Dass auch aus einem Plan B heraus etwas Spannendes entstehen kann, zeigt das Projekt von Maik Günther. Bis März 2020 verdiente er sein Geld als Reisejournalist und Verleger touristischer Magazine. Als ihm durch die Pandemie seine berufliche Grundlage wegbrach, überzeugte Günther die Bäckerei Janssen, einen Frühstückslieferdienst zu starten: den Brötchen-Kurier. Seit der Gründung im Oktober kamen weitere Kooperationen mit regionalen Erzeugern hinzu, u.a. mit dem Milchhof Diers, Nölker und Nölker sowie dem Hühnerhof Coldewey Ei. So können sich Kundinnen und Kunden nun auch Joghurt, Eier, Honig und Kaffee bis an die Haustür liefern lassen. Für Günther die perfekte Lösung: „Es ist eine freundschaftliche Zusammenarbeit, von der beide Seiten profitieren.“ Die Nachfrage nach dem neuen Service steigt stetig. Durch Werbung auf Facebook und Instagram kamen zeitweise bis zu 50 Neuanmeldungen pro Woche hinzu. Rund 1.000 Kundinnen und Kunden sind heute in der Datenbank des Brötchen-

Kuriers gelistet. „Am Wochenende liefern wir im Schnitt 200 Bestellungen pro Tag aus“, berichtet Günther.

Zusätzlich eröffnete der 50-Jährige das Ladengeschäft „etapas“ in der Hauptstraße 30. Die im Stil der 1950er- und 1960er-Jahre eingerichtete „Retrobackstube“ bietet das gesamte Sortiment des Brötchen-Kuriers. Fotos, Musik und Möbel aus der Zeit wecken ein nostalgisches Gefühl. „Die Kunden schätzen es, dass Einkaufen hier zum kleinen Erlebnis wird. So finden sie in diesen Zeiten ein wenig Zerstreuung“, erklärt Günther die gute Resonanz bei den Oldenburgerinnen und Oldenburgern.

Dass der Brötchen-Kurier auch dann noch gefragt sein wird, wenn in Oldenburg wieder halbwegs Normalität eingekehrt ist, steht für Maik Günther außer Frage. Ein hochwertiges Frühstück bequem an die Haustür geliefert zu bekommen, sei schließlich auch ohne Home-Office und Lockdown eine tolle Sache. Langfristig möchte er die Verantwortung für den Lieferdienst gern an seine Beschäftigten abgeben und wieder seiner eigentlichen

Leidenschaft nachgehen: in ferne Länder reisen und darüber in spannenden Reportagen berichten.

Am Ende kommt es also nicht darauf an, ob eine Geschäftsidee von langer Hand geplant war oder aus der Not heraus geboren wurde: Solange Leidenschaft und Ehrgeiz aufeinandertreffen, können auch in schwierigen Zeiten tolle Konzepte entstehen. Die klugen Köpfe hinter De-Ink, Vertikali, claus+claus und dem Brötchenkurier gehen mit gutem Beispiel voran – und machen damit all denen Mut, die bald selbst den entscheidenden Schritt in Richtung Neugründung wagen werden.

Weitere Informationen zu den Neugründungen unter:

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

www.de-ink.de

www.vertikali.de

www.clausundclaus.de

www.broetchen-kurier.de

Innenstadtentwicklung

Neues Leben in der City

Die Innenstadtentwicklung bleibt in Oldenburg ganz oben auf der Tagesordnung. Die Pandemie hat hier deutlich sichtbare Spuren hinterlassen, mit denen sich niemand abfinden will. Im Gegenteil: Ein Sofortprogramm soll dafür sorgen, dass es wieder aufwärts geht.



Foto: Stadt Oldenburg

Oberbürgermeister Jürgen Krogmann nimmt in einem Fernseh-Interview Stellung zu den Entwicklungen in der Innenstadt.

Anfang Februar bekamen Bundeswirtschaftsminister Altmaier und sein niedersächsischer Amtskollege Althusmann Post aus Oldenburg. Oberbürgermeister Jürgen Krogmann machte beide in seinem Brief auf die Probleme der Innenstädte aufmerksam. Wörtlich hieß es in dem Schreiben: „Die Innenstädte leiden, Existenzen sind massiv bedroht und ein Ende der Krise ist noch ungewiss.“ Sein Eindruck sei, fügte Krogmann hinzu, „dass vor allem für den Einzelhandel als einer der Schlüsselbranchen für Vielfalt unserer Innenstädte die Möglichkeiten der staatlichen Unterstützung extrem ausbaufähig sind“.

Der Oberbürgermeister, der die Innenstadtentwicklung längst zur Chefsache gemacht und mit Steffen Trawinski Ende letzten Jahres einen Innenstadtmanager eingesetzt hat, schloss mit einem Appell: „Unterstützen Sie uns dabei, dass unser innerstädtischer Handel und die Gastronomie – neben natürlich auch vielen anderen notleidenden Branchen – wirtschaftlich überstehen und unsere Innenstadt auch in Zukunft ein identitätsstiftender Erlebnissort sein kann!“

Hilfe von außen ist das Eine, sinnvolle und zielführende Aktivitäten innerhalb der Stadt sind das Andere. Dafür wurde Mitte März ein Sofortprogramm im Umfang von 650.000 Euro für 2021 aufgelegt. Damit werden Maßnahmen wie das Erlassen von Sondernutzungsgebühren für die Außengastronomie, neue Veranstaltungskonzepte (Mittagskonzerte, Abendmarkt) und ein höherer Zuschuss für die Weihnachtsbeleuchtung finanziert. Ein Wettbewerb zur Gründungsförderung und Revitalisierung von Leerständen in der Innenstadt wurde bereits im April durchgeführt. Die OTM entwickelt darüber hinaus ein Programm namens „Sommer in Oldenburg“.

Auch die Unterstützung von Konzepten für die kulturelle Zwischennutzung leer stehender Gebäude oder Läden ist vorgesehen. Das Innenstadtmanagement sowie weitere Beratungsangebote erhalten eine zentrale Anlaufstelle in der City. „Unsere Innenstadt war bis zur Pandemie gut aufgestellt“, sagt Oberbürgermeister Jürgen Krogmann. „Wir haben gute Ideen und Projekte für die Weiterentwicklung einer zukunftsfähigen Innenstadt, müssen

nun aber alles tun, damit dies auch nach den coronabedingten Schließungen noch der Fall ist.“

Dabei steht die Sicherheit der Innenstadtbesucherinnen und -besucher immer im Vordergrund. Durch eine Kampagne, digitale Anwendungen und andere Maßnahmen soll dem gesteigerten Sicherheitsbedürfnis Rechnung getragen werden. Ein Teil der Maßnahmen verfolgt den Zweck, Kundenströme im Sinne der Corona-Abstandsvorgaben zu entzerren und so einen weiteren Beitrag zu einem sicheren Einkaufsgefühl zu leisten. Oldenburg wurde zudem als Modellkommune für sichere Innenstadtbesuche anerkannt.

Niedersachsens Wirtschaftsminister Althusmann hat auf das Schreiben aus Oldenburg übrigens reagiert und in seiner Antwort versichert, „dass auch für mich die Rettung unserer Innenstädte eines der drängendsten Themen dieser Zeit ist und ich der festen Überzeugung bin, dass wir mit gemeinsamer Anstrengung und zukunftsgerichtetem Handeln diese Herausforderung meistern werden“.



Foto: Sascha Stüber

Die Innenstadt – noch immer ein Aushängeschild Oldenburgs.

Helene-Lange-Schule

Generation Robonative

Für bis zu 50.000 Euro darf sich die Helene-Lange-Schule ein Roboter-Labor einrichten – und will damit in der Region Steine ins Rollen bringen.

Foto: Kai Hollwege, HLS



– durch einen kompetenten, kritischen, kooperativen und gestalterischen Umgang mit digitalen Technologien. Die Gewinner sind angehalten, ihre neuen Kompetenzen anderen Schulen weiterzugeben.

Kai Hollweges Zukunftspläne sind größer. Er will aus der Not eine Tugend und Oldenburg zur Robotik-Region machen. „Wir möchten das Labor anderen Schulen öffnen. Berufsschülerinnen und -schüler könnten Projekte mit unseren Klassen durchführen“, schwebt ihm vor. Auch Grundschulen will er einbinden. „Von solchen Kooperationen profitieren beide Seiten in hohem Maße“, ist der Pädagoge überzeugt. Doch dazu braucht es entsprechende Lehrpersonen. Die könnten auch aus Unternehmen kommen. Und die didaktische Unterstützung von der Uni: „Informatiklehrkräfte fehlen überall – trotzdem gibt es in ganz Niedersachsen aktuell nur 20 Referendarinnen und Referendare.“ Und keine davon an Oldenburger Schulen. Weil es hier keine Referendariatsausbildung mehr gibt, müssen sie nach Leer, Osnabrück oder Bremen. Und bleiben oft dort. „Mit unserem Labor legen wir den Grundstein für eine attraktive Ausbildung – auch der Lehre – vor Ort. Es wäre toll, wenn wir so Informatiknachwuchs in der Region hielten.“

Fachlehrer Rüdiger Lis mit zwei Schülern aus seinem Wahlpflichtkurs Informatik

„Ich war erstmal sprachlos“, erinnert sich Rüdiger Lis, Informatik- und Techniklehrer an der Helene-Lange Schule (HLS). Hatte er doch erst kurz vor Fristablauf von der Ausschreibung erfahren. Mit Unterstützung der Schulleitung, des Fachleiters und der Stadt reichte er „fünf vor zwölf“ sein Konzept samt Materialwünschen ein. Weil es – anders als in China oder den USA – in Deutschland kaum Referenzprojekte an allgemeinbildenden Schulen gibt, recherchiert Lis intensiv im Internet und nimmt Kontakt zu einem Hersteller von Roboterarmen auf. Für den gelernten Tischler kein Neuland: „Die Maschinen im Handwerk arbeiten ähnlich, haben nur eine andere Steuerung im Vergleich zu Roboterarmen.“

Berufsorientierung ist ein wichtiger Baustein im Konzept der integrierten Gesamtschule. Deshalb sollen sich möglichst viele Schülerinnen und Schüler im Robotik-Labor ausprobieren – aller Jahrgangsstufen und angestrebten Abschlüsse. Ab 2023 ist Informatik

Pflichtfach. „Wir wollen noch mehr Kinder und Jugendliche begeistern“, erklärt Kai Hollwege, Lehrer für Mathematik und Arbeit-Wirtschaft-Technik (AWT) der HLS. „Zu erleben, wie aus Code physikalische Bewegung entsteht, löst eine unglaubliche Freude aus.“ So erreicht Informatik insbesondere mehr Mädchen, ist seine Erfahrung.

Zur Ausrüstung der Roboterarme – Marke „DOBOT Magician“ – gehören etwa Greifer, Sauger, 3D-Drucker oder Zeichenstift. Sie lassen sich durch Bewegungsaufzeichnung, vorgegebene Befehlsblöcke oder Hochsprachen wie Python oder Java steuern. Das Aufgabenspektrum geht von „nehmen und absetzen“ bis zur Simulation einer komplexen Transportlinie.

Im Rahmen des Projekts „Mensch-Roboter-Kollaboration Robonatives“ der Landesinitiative n-21 erhalten bis zu 50 Schulen eine Förderung. Ziel: Jugendliche für MINT-Fächer begeistern und ihnen eine technische Berufsorientierung geben

Seine Vision: Ein überregionales Kompetenznetzwerk Robotik in der Bildung in Oldenburg. Hollwege ist überzeugt, dass die Voraussetzungen stimmen. Als Leiter des Fachbereichs ist er auch für Berufsbildung zuständig, arbeitet schon jetzt bei Schulprojekten eng mit Unternehmen zusammen, darunter SWMS oder Aerotec. Und auch zur Jade Hochschule und der Universität besteht guter Kontakt. Das BZTG hat unlängst Unterstützung bei der Inbetriebnahme des Labors zugesagt. Wenn Hollwege sich etwas wünschen dürfte? „Den ersten bundesweiten Schulwettbewerb zur Marke DOBOT in Oldenburg – das wäre was.“

#MeinAzubiOldenburg

Auf der Zielgeraden

Ausbildung angedacht? Noch bis Ende 2021 unterstützt das Projekt #MeinAzubiOldenburg kostenlos Klein- und Kleinstunternehmen, die neu oder wieder ausbilden wollen.

Fotos: Stadt Oldenburg



Boris Rech, Projektleiter vom JOBSTARTER plus-Projekt

„Wir würden ja ausbilden, aber ...“ – die Gründe, aus denen Unternehmen nicht (mehr) ausbilden, sind unterschiedlich. Mindestens genauso vielfältig sind die Lösungen, die das Team von #MeinAzubiOldenburg (MAZO) findet. Mal öffnet eine Einstiegsqualifizierung neuen Bewerbern die Tür, mal wird das Ausbildungsspektrum erweitert. Auch die fehlende Ausbilder-eignungsprüfung endlich in Angriff zu nehmen, kann ein erster Schritt sein.

„#MeinAzubiOldenburg unterstützt dabei, die Attraktivität von dualen Berufsausbildungen zu steigern, neue Ausbildungsplätze zu schaffen und Ausbildungsabbrüche zu verhindern“, bringt Boris Rech das Projektziel auf den Punkt. „Die Betriebe profitieren von einer individuellen Begleitung.“ Bei Betriebsbesuchen und in Beratungsgesprächen klären die Beraterinnen und Berater gemeinsam mit Handwerkskammer (HWK) sowie Industrie- und Handelskammer (IHK), welche Voraussetzungen der Betrieb überhaupt benötigt, um ausbilden zu können.

Auch das Ausbildungsmarketing wird thematisiert. „Von Tipps zur Ausschreibung bis zu einer optimierten Website gibt es viele Stellschrauben, an denen gedreht werden kann, um (mehr) angehende Auszubildende anzusprechen.“ Ein Eintrag in die Stellenbörse des Projekts gehört zum Service. Eine häufige Erkenntnis: Die Firmen-Website zielt ausschließlich auf die Kundengewinnung ab. Informationen für neue Mitarbeitende oder Auszubildende kommen zu kurz.

Ist die Stelle besetzt, geht der Service weiter. „Berufsanfängerinnen und -anfänger, die signalisiert bekommen, dass sie im Team willkommen sind, zeigen sich motivierter“, hebt Rech hervor. Künftig finden Unternehmen Videos mit konkreten Tipps zur Mitarbeiterkommunikation auf der Website des Projekts. Eine Willkommensmappe steht schon jetzt zum Download bereit.



Guter Dinge: das Team von #MeinAzubiOldenburg

Es ist eine Mischung aus Beratung, Coaching, Service und Hilfe zur Selbsthilfe, die das Team rund um Projektleiter Boris Rech Klein- und Kleinstunternehmen mit bis zu 49 Mitarbeitenden anbietet. Betriebe, die erstmals ausbilden, werden genauso angesprochen wie solche, die nach längerer Pause wieder in die duale Ausbildung einsteigen möchten. Und auch wenn es in der Ausbildung „nicht rund läuft“, steht das Team Firmen und Auszubildenden zur Seite.

Das Programm #MeinAzubiOldenburg wird in enger Kooperation von der Stadt Oldenburg, der HWK und der IHK umgesetzt – gefördert als JOBSTARTER plus-Projekt aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und des Europäischen Sozialfonds. Unternehmen,

die für das kommende Ausbildungsjahr beraten werden möchten, können sich bei #MeinAzubiOldenburg melden. „Trotz der Corona-Pandemie beraten und motivieren wir Oldenburger Klein- und Kleinstbetriebe“, betont der Projektleiter. „Wir versuchen auch unter den erschwerten Bedingungen kontinuierlich, gemeinsam mit Schulen und Betrieben geeignete Lösungen zu erarbeiten.“ Seit kurzem weisen Plakate an vielen Oldenburger Schulen Schülerinnen und Schüler auf das Stellenvermittlungsangebot hin.

Kontakt:

Team Wendehafen
 JOBSTARTER plus-Projekt
 #MeinAzubiOldenburg (MAZO)
 Die Beratung, auch für Auszubildende, ist kostenlos.
 Homepage: www.oldenburg.de/mazo
 Twitter: <https://twitter.com/MeinAzubiOL>



Digitalisierung im Handwerk

Tablet im Werkzeugkoffer

Im Handwerk sorgen digitale Geschäftsprozesse für mehr Effizienz. Auch bei Planung, Montage und Kundenservice machen neue Technologien vieles möglich.

Einen Papierkorb gibt es im Büro von Bastian Darsow nicht mehr. Beim alteingesessenen Oldenburger Haus-technikunternehmen Eckel läuft das Geschäft längst digital. Vor rund vier Jahren hat Darsow begonnen, den Handwerksbetrieb umzustellen, weil ihn die schleppenden Abläufe wurmten. Früher hat es schon mal drei Monate gedauert, bis die Rechnung verschickt

war. Das läuft heute deutlich fixer, sagt der Handwerksmeister. „Wir werden nicht digital, weil das schick ist, sondern um besseren Service zu liefern und unsere Prozesse zu optimieren.“

Ist der Job erledigt, dokumentiert das Montageteam seine Arbeit mit einem Foto und schickt es vom Tablet in die Firmencloud. Die Zentrale erkennt anhand

einer farbigen Anzeige, dass der Auftrag verrichtet ist. Das verbaute Material fließt automatisch in die Rechnung ein, da die Daten des Großhandels im System von Eckel hinterlegt sind. Von Hand ist nur selten etwas zu ergänzen. Das macht Abläufe schneller und effizienter. Zugleich wird die Dokumentation etwa für Hausverwaltungen oder Versicherungen verbessert.

Foto: Andreas Burmann



Hat seinen Betrieb komplett auf digitalisiert: Bastian Darsow.

Die Digitalisierung erleichtert auch die interne Kommunikation im Betrieb. Früher wurde den Monteurinnen und Monteuren morgens ein Zettel in die Hand gedrückt, auf dem stand, wo sie hinhüßten. Inzwischen sehen sie die Einsatzplanung für mehrere Tage auf dem Tablet. Informationen zu einem Auftrag sind einfach abrufbar, so dass alle Mitarbeitenden auf dem aktuellen Stand sind. „Jetzt können alle mitdenken, wo noch etwas zu erledigen ist“, erklärt Darsow. Bei der Software setzt er auf eine einfache Lösung, die im Handwerk entwickelt wurde. Dafür brauche es weder Support noch Schulungen. Eine zuvor angeschaffte Software hatte sich als untauglich erwiesen, so dass der Betrieb erneut investieren musste – auch die Digitalisierung kostet gelegentlich Lehrgeld.



Wie Geschäftsprozesse digital besser zu organisieren sind, bespricht Darsow mit den Beschäftigten. Außerdem tauscht sich der Anlagenmechaniker-Meister für Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik mit Wettbewerbern aus. Auf IT-Fachleute von außen verlässt er sich vor allem in Sachen Cybersicherheit oder wenn beispielsweise die Firmendaten auf einen neuen Server umziehen. Ansonsten ist die Digitalisierung vom Handwerk weitgehend selbst zu stemmen, ist Darsow überzeugt: „Dafür brauche ich keine Unternehmensberatung.“ Die Umstellung des Betriebs sieht der Meister als stetigen Prozess. Der nächste Schritt könne etwa sein, dass das live zugeschaltete Technikteam eines Herstellers oder Kolleginnen und Kollegen im Büro die Montage bei der Arbeit vor Ort unterstützen.

Andere Betriebe aus der Region nutzen bereits digitale Assistenten: Datenbrillen kommen zum Beispiel bei der Instandhaltung von Steuerungsanlagen zum Einsatz. Wartungsanweisungen werden eingeblendet und auch die Dokumentation kann mit der Kamerafunktion der smarten Brille erledigt werden. „Der Vorteil ist, dass bei der Montage beide Hände frei bleiben“, sagt Rainer Holtz vom Bundes Technologiezentrum für Elektro- und Informationstechnik Oldenburg (BFE). Die Datenbrille könne die Effizienz bei Wartung und Instandhaltung deutlich erhöhen und die Fehlerrate senken. Dank der intuitiven Bedienung sei zudem nur eine kurze Einweisung des Personals nötig.

Als Schaufenster Nord des Kompetenzzentrums Digitales Handwerk zeigt das BFE, was im Handwerk mit neuen Technologien möglich ist. Unternehmen werden zudem bei der praktischen Umsetzung unterstützt. Jüngst hat Holtz etwa eine Schulung zu Photogrammetrie angeboten. Auf Basis digitaler Fotos lassen sich damit 3D-Zeichnungen bestehender Gebäude erstellen, die Aufmaß und Arbeitsvorbereitung vereinfachen. Gewerke wie Dachdecker oder Zimmerer setzen dabei Drohnenkameras auf automatisierten Routen ein. Um beispielsweise eine Blitzschutzanlage zu installieren, ist im Vorfeld keine aufwändige Messung mehr nötig, erklärt der Ingenieur Holtz: „Mit Photogrammetrie wird der Zeitaufwand für die Planung deutlich geringer.“ Zudem ließen sich Aufträge besser visualisieren.

Auch die Tischlerei Ahlers nutzt digitale Hilfsmittel, damit sich Kunden leichter ein Bild machen können. Garten- und Gerätehäuser lassen sich bei den Oldenburgern online konfigurieren und bestellen. Baugeräte sowie Sanitär- und Heizungstechnik stellen Vorhaben ebenfalls am Rechner vor, ehe mit dem Bau begonnen wird. Fliesenlegerinnen und Fliesenleger veranschaulichen ihrer Kundschaft per Virtual Reality die geplante Verfliesung. Individuelle Wünsche bei der Badezimmerplanung können so sofort angepasst werden.

Effizientere Geschäftsprozesse und Materialbeschaffung, weniger Papierkram, besserer Service für Kunden und neue Vertriebswege – die Digitalisierung kann Handwerksbetriebe auf vielen Ebenen produktiver machen. Auch beim Zusammenspiel der Gewerke gewinnen smarte Lösungen wie das sogenannte Building Information Modeling (BIM) an Bedeutung. „BIM wird zukünftig Standard für die Planung sein“, glaubt Holtz, „dies betrifft sowohl die Bau- als auch die Ausbaugewerke.“

Digitalisierung bietet dem Handwerk also enorme Chancen. Zugleich sollten die Risiken nicht aus dem Blick geraten, mahnt der BFE-Experte: „IT-Sicherheit ist ein absolutes Muss, fällt aber oft hinten runter.“ Während große Unternehmen eher die Kapazitäten haben, um für Cybersicherheit zu sorgen, fällt dies kleinen Betrieben schwerer. Deshalb entwickelt man am BFE derzeit digitale Hilfsmittel, um mit wenig Aufwand für mehr digitale Sicherheit zu sorgen. Unterstützung gibt es auch bei akuten Problemlagen, erklärt Holtz: „Wer einen Angriff auf seine IT erlebt hat, sollte den Mut aufbringen und sich bei uns melden.“ Auch bei anderen Fragen rund um die Digitalisierung steht das BFE als Ansprechpartner bereit. Es gehört auch zum Veranstaltungsteam des alljährlich stattfindenden Barcamps zu Fragen der Digitalisierung. Firmen, die sich für die digitale Zukunft wappnen wollen, können sich zudem an die Technologie-Transferstelle der Handwerkskammer Oldenburg wenden.

www.bfe-oldenburg.de
www.hwk-oldenburg.de
www.handwerkdigital.de



Auf einen Kaffee mit ... Heiko Henke

Flexibilität ist die halbe Miete!

Wie ist das Handwerk durch die große Krise gekommen, welche Stimmung herrscht in den Betrieben? Dazu und zu der Frage, wie es nach Corona weitergeht, äußert sich Heiko Henke, Hauptgeschäftsführer der Handwerkskammer Oldenburg, im Interview.

Frage: Herr Henke, Corona macht uns auch 2021 zu schaffen. Wie geht es dem Handwerk?

Heiko Henke: Man muss hier Unterschiede machen. Den Gewerken, die mit Ladenschließungen zu tun

haben, geht es richtig schlecht. Also etwa den Friseuren oder den Kosmetikern.

Nicht viel besser sieht es bei denen aus, die sowohl Handel, als auch eine Werkstatt betreiben – wie Goldschmiede oder manch Elektrikerbetrieb. In anderen Bereichen wie etwa dem Bau gibt es diese Probleme nicht.

Die Auftragsbücher waren lange Zeit gut gefüllt.

Zuletzt haben wir aber auch die Erfahrung gemacht, dass sich die Situation verändert. Die

Kunden sind ängstlicher geworden. Viele wollen ihr Geld doch lieber zusammenhalten, weil sie nicht wissen,

was die Zukunft bringt. Und einige möchten auch Handwerker, die nicht zum eigenen Hausstand gehören, nicht zu Hause beschäftigen.

Beschäftigte werden gehalten

Zum Jahresstart 2021 haben sich 1.500 niedersächsische Betriebe aus nahezu allen Gewerken an einer landesweiten Umfrage beteiligt. Gut drei Viertel, insbesondere aus dem Bauhaupt- und Ausbaugewerbe, bewerteten ihre

Lage mit „gut“ oder „befriedigend“. Ein knappes Viertel zeigte sich „unzufrieden“. Dazu gehörten vor allem Betriebe des personenbezogenen Dienstleistungshandwerks, der Kfz-, Gesundheits- und Lebensmittelhandwerke. Dennoch

erfreulich: Über 80 Prozent gaben an, ihre Beschäftigten zu halten. Drei Viertel der Ausbildungsbetriebe erklärten, ihr Engagement nicht zurückzufahren, sondern auf dem gewohnten Niveau zu halten.

Wann haben Sie diesen Wandel bemerkt?

Henke: Nach dem ersten Lockdown war das noch nicht so deutlich erkennbar. Man hatte die Hoffnung, dass alles nach ein paar Monaten vorbei ist. Je länger die Einschränkungen nun dauern, desto nervöser werden die Leute. Viele Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer befinden sich in Kurzarbeit oder haben aus anderen Gründen zurzeit weniger Geld zur Verfügung. Da ist es durchaus verständlich, wenn private Investitionen zunächst zurückgestellt werden.

Wo sehen Sie darüber hinaus aktuell die größten Herausforderungen für die Handwerksbetriebe?

Henke: Es kommen die verschiedensten Dinge zusammen. Mich hat kürzlich jemand gefragt, warum einige Handwerker finanzielle Sorgen hätten. Schließlich sei doch in den letzten Jahren die Auftragslage schon sehr gut gewesen und sie hätten viel Geld verdient und zur Seite legen können. In meinen Gesprächen mit Unternehmenschefs haben viele bestätigt, dass sie gute Jahre hatten und gewachsen sind – dann aber auch versucht haben, diese höhere Drehzahl zu halten. Werkhallen wurden vergrößert, neue Maschinen angeschafft, zusätzliche Mitarbeiter eingestellt. Und dann hieß es auf einmal: Stopp! Da sind auch sehr gute Betriebe in die Bredouille gekommen, die plötzlich eine Vollbremsung hinlegen mussten.

Sie haben bereits die Baubranche angesprochen, die recht gut durch die erste Krisenzeit gekommen ist. Gibt es weitere, die weniger stark betroffen waren?

Henke: Wir kennen durchaus viele Betriebe, die gut weiterarbeiten und bei denen der Aufwärtstrend angehalten hat. Andere gelten plötzlich als systemrelevant, zum Beispiel die Gebäudereiniger. Die hatte vorher kaum jemand auf dem Schirm, aber nun merken wir alle erst, wie wichtig sie sind. Ich könnte auch die Bäckereien oder die Fleischereien nennen – wobei man da schon differenzieren muss. Fleischer, die viel für die Gastronomie gearbeitet haben, stehen nun gar nicht mehr so gut

da. Wichtig ist, sich umstellen zu können und etwa als Fleischer auch Einzelkunden bedienen zu können. Andererseits wissen wir beispielsweise von den Gesundheitsberufen, dass deren Leistungen nicht so stark gefragt sind, wie eigentlich vermutet. Dabei liegt die Antwort auf der Hand: Viele gehen gerade nicht zum Arzt und medizinisch notwendige Hilfsmittel werden nicht verschrieben.

Flexibilität ist gefordert ...

Henke: Genau. Und das hat das Handwerk sowieso immer schon ausgezeichnet. Durch die häufig kleineren Strukturen sind viele Betriebe tatsächlich sehr flexibel und in der Lage, auf neue Situationen zu reagieren. Das ist die halbe Miete. Handwerk entwickelt sich immer weiter, da gibt es keinen Stillstand. Ich kannte einen Tischler, der zur Zeit der Faxgeräte begann, dafür kleine Möbel zu bauen. Das ging durch die Decke und er war plötzlich ein sehr erfolgreicher Büromöbelhersteller. Umdenken, Neues probieren – das zeichnet das Handwerk aus.

Wie zufrieden sind Sie mit den Staatshilfen für das Handwerk?

Henke: Das ist eine schwierige Sache. Bei uns laufen natürlich Anfragen auf, insbesondere wenn – wie während des ersten Lockdowns – die zuständigen Stellen erst einmal überfordert sind. Die niedersächsischen Handwerkskammern haben zum Beispiel Beratungen für die NBank mit übernommen und sie so unterstützt. Selbstverständlich wissen wir von vielen Betrieben, die mit den Abläufen nicht zufrieden waren. Ihnen wurden Leistungen versprochen, die dann nicht oder erst sehr verspätet kamen. Das war nicht gut und wurde von unserer Seite auch kritisiert. Manche Handwerker hatten monatelang keine Einnahmen, die Ausgaben liefen aber weiter. Da ist man auf jeden Cent angewiesen. Und man kann das alles nicht als unternehmerisches Risiko abtun, da ja wegen der Verbote niemand mehr eigenverantwortlich entscheiden konnte.

Wie ist die Handwerkskammer selbst mit Corona umgegangen?

Henke: Schon als es noch nicht verpflichtend war, haben wir ein Hygienekonzept entwickelt und die mehrfach belegten Büros neu aufgeteilt. Mobile Arbeit war bereits sehr früh ebenso ein Thema wie der Umstieg auf Online-Schulungen. Auch zwischen den Beschäftigten, die in unterschiedlichen Gebäuden tätig sind, gab es Kontakte nur noch über eine Art Schleuse. Froh bin ich, dass wir noch alle Prüfungen geordnet abwickeln konnten. Wir konnten dafür die größten Räumlichkeiten der Kammer nutzen. Bei den Beratungsdienstleistungen haben wir uns sehr schnell in Richtung Video umorientiert. Das ist nicht immer einfach, aber absolut machbar.

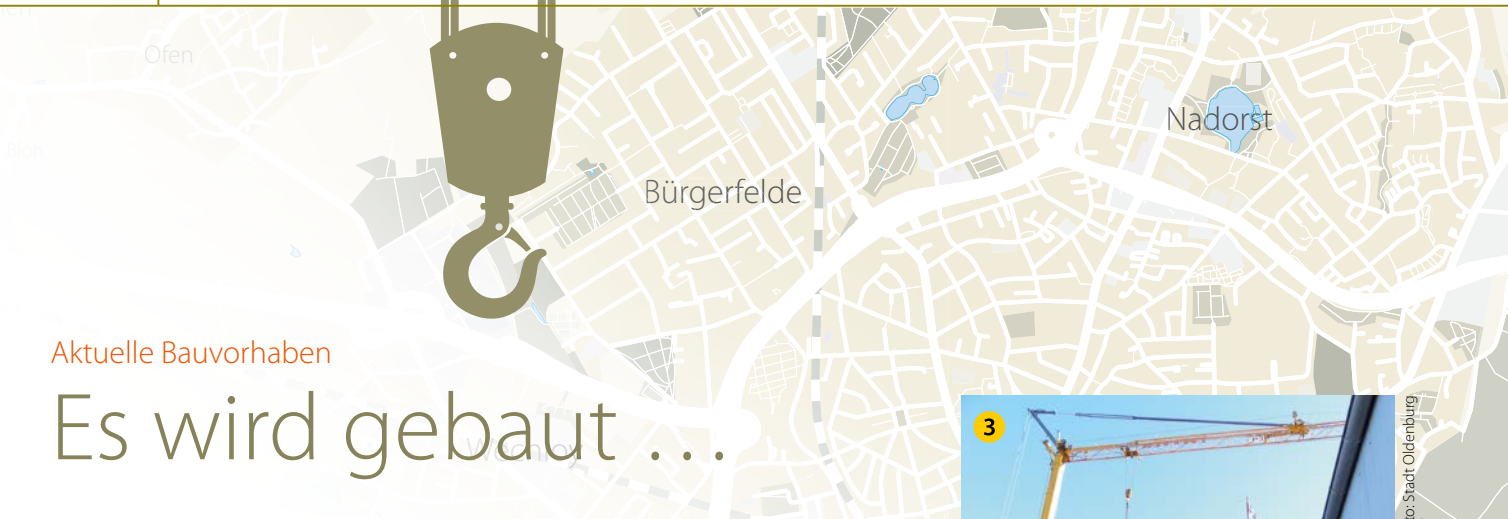
Wie halten Sie den Kontakt zu den Hauptgeschäftsführern in den anderen Kammerbezirken?

Henke: Ebenfalls per Video. Wir stimmen uns hier in Niedersachsen immer wieder darüber ab, wer sich worum kümmert. Das geht in Videokonferenzen sehr gut und deutlich effektiver. Sonst sind wir alle für solche Termine immer stundenlang unterwegs gewesen. Aber es gibt Grenzen. Bei einer Videoschleife mit dem Kultusministerium waren mal 200 Leute beteiligt, das hat überhaupt nicht funktioniert.

Das heißt, Sie werden auch nach Corona auf die Technik setzen?

Henke: Ja, das werden wir. Wir denken bereits darüber nach, ob sich auch unsere Vollversammlung während der Coronazeit in Form eines Videomeetings organisieren lässt. Natürlich würden wir uns alle sehr gern wieder einmal direkt begegnen. Aber für den Fall, dass das nicht möglich sein sollte, wollen wir bestmöglich aufgestellt sein. Ich denke, da sind wir auf unserem Weg schon sehr weit gekommen.

Herr Henke, vielen Dank für das Gespräch.



Aktuelle Bauvorhaben

Es wird gebaut ...



Foto: Verkehr und Wasser GmbH



Foto: Stadt Oldenburg

1 Verkehr und Wasser GmbH (VWG)

Vor dem Hintergrund des Ausbaus des öffentlichen Nahverkehrs und damit einhergehenden zusätzlichen Routen hat die VWG eine neue Wagenhalle auf dem Betriebsareal an der Felix-Wankel-Straße errichtet. Sie bietet Platz für 30 Busse und ist mit einem intelligenten Ampelsystem ausgestattet. Dank dieses Systems werden optimierte Arbeitsabläufe erzielt, da die Busse bedarfsgerecht über das Betriebsgelände gelenkt werden. Wie auch bei den zuvor errichteten Gebäuden legt die VWG großen Wert auf einen nachhaltigen Bau: So wurde die neue Wagenhalle neben einer Photovoltaik-Anlage auch mit einem begrünten Dach versehen.

2 Projekt Havekant

Die Entwicklung des Oldenburger Stadthafens nimmt mittlerweile auch am Südufer Gestalt an. Auf dem knapp 3,1 Hektar großen Quartier mit dem Namen „Havekant“ werden derzeit die ersten Gebäude, darunter auch der sogenannte „U-Hof 3“, errichtet. In dem fünfgeschossigen Wohn- und Geschäftshaus werden bis zu 6.000 Quadratmeter individuell aufteilbare Gewerbeflächen insbesondere für den Dienstleistungssektor geschaffen. Im Erdgeschoss findet neben einem gastronomischen Betrieb auch ein Quartiersladen Platz. Der besondere Name der

Immobilie leitet sich von der u-förmigen Bauweise ab. Mit der Fertigstellung wird im kommenden Jahr gerechnet.

3 Intax

Das Unternehmen Intax hat an der Friedrich-Wilhelm-Deus-Straße mit dem Bau neuer Büros begonnen, die voraussichtlich im April 2021 bezogen werden. „Damit werden wir den Anforderungen gerecht, die für uns aus dem Wachstum der letzten Jahre und der verstärkten Forderung unserer Kunden – speziell aus der Automobilindustrie – nach mehr Dokumentation, Qualitätssicherung und administrativen Tätigkeiten rund um die Produktion entstanden sind“, berichtet Geschäftsführer Marco Kimme. Ein offenes

Raumkonzept soll den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Möglichkeiten bieten, bei verschiedenen Themen und Projekten die Zusammenarbeit intensivieren zu können. Im Jahr des 25-jährigen Firmenjubiläums schafft Intax mit dem 100 Quadratmeter großen Anbau bis zu zehn neue, modern eingerichtete Büroarbeitsplätze.

Kontakt:

Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg
 Kersten Mittwollen
 Telefon: 0441 235-2259
kersten.mittwollen@stadt-oldenburg.de

Jörg Triebe
 Telefon: 0441 235-2625
joerg.triebe@stadt-oldenburg.de



Foto: Stadt Oldenburg

20 Jahre OTM

Alles auf Umschwung

Tourismus in Oldenburg? Es gab Skeptiker, die sich 2001 fragten, ob das wirklich ein Thema sei. Dennoch wurde die Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH (OTM) gegründet. Im Jahr des Jubiläums stehen neue Aufgaben an. Vor allem geht es um Antworten auf die Frage, wie der Tourismus in der Post-Corona-Zeit aussehen kann.



20 Jahre OTM – im Coronajahr 2021 wird das Jubiläum eher leise gefeiert.

Als Kohltourhauptstadt, mit dem Thema Radfahren und einer attraktiven Innenstadt hat Oldenburg in den vergangenen Jahren bei Touristinnen und Touristen punkten können – mit bemerkenswertem Erfolg, wie die Statistiken belegen. So stieg die Zahl der Tagesgäste bis 2019 auf jährlich 10,8 Millionen an, die der Übernachtungen auf 400.000. Das wirkt sich auf die Wirtschaft vor Ort aus. Nach einer Studie des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr wurden 2018 durch Touristen in Oldenburg rund 390 Millionen Euro umgesetzt. Tolle Zahlen.

Dann aber brachte Corona die Entwicklung zum Stoppen. Die Anzahl der Übernachtungen ging um 33 Prozent auf 267.437 zurück. Oldenburg wurde damit etwa auf den Stand von 2009 zurückgeworfen. Silke Fennemann, Geschäftsführerin der Oldenburg Tourismus und

Marketing GmbH, spricht wörtlich von einem „Desaster“ – und das ausgerechnet zum 20-jährigen Bestehen. Seit ihrer Gründung im Januar 2001 trägt die OTM die Verantwortung für die touristische Vermarktung der Stadt. Im Laufe der Jahre wurden ihr weitere Aufgaben übertragen: 2005 das Stadtmarketing, 2020 die Marketingaktivitäten des City-Managements Oldenburg.

Und nun? Nun geht es darum, wie der Tourismus von morgen und übermorgen aussehen wird. Das Deutsche Zukunftsinstitut erwartet eine starke Hinwendung zum regionalen Tourismus: „Kurze Wege und Naherholung vermitteln ein Gefühl der Sicherheit – ebenso wie vertraute Kulturkreise emotionale Sicherheit versprechen.“ Für die OTM bedeutet das: Es geht ums Wohlfühlen in Oldenburg. Dazu will die Gesellschaft sich auf die Stärken der

Stadt fokussieren, die die spezielle Oldenburger Identität ausmachen, Kräfte bündeln und sich selbst als Impulsgeberin positionieren.

Was das konkret heißt, lässt sich beispielhaft an der Zusammenarbeit mit dem City-Management aufzeigen. Die OTM hat nicht nur das Marketing übernommen, sondern auch die Initiierung und Organisation von Veranstaltungen zur Stärkung der Innenstadt. Gemeinsam mit der Kultur und dem Einzelhandel sollen Schnittstellen gefunden und das Shopperlebnis in Oldenburg ausgebaut werden. Insbesondere

die Innenstadt ist ein öffentlicher Raum für Einwohnerinnen und Einwohner sowie Gäste von außerhalb. Ein zur Stadt passendes Kulturangebot sorgt für seine Belebung und wirkt sich positiv auf die Geschäfte aus.

Angedacht ist, so heißt es in einem Strategiepapier, „ein verträglicher Tourismus für alle, die hier leben“. Der Tourismus in Oldenburg soll nicht nur die Interessen von Gästen berücksichtigen, sondern auch die der Bürgerinnen und Bürger. Weiter heißt es: „Qualität statt Quantität gilt dabei für das Angebot ebenso wie für die Dienstleistung vor Ort.“ Um das Ziel zu erreichen, hat die OTM neun Handlungsfelder identifiziert, die neben dem Tagesgeschäft in Teilschritten bis 2025 realisiert werden und für einen Richtungswechsel im Tourismus in Oldenburg sorgen sollen.

Foto: Torsten Zimmermann



Neustart

Zukunft der Veranstaltungshäuser

Das Corona-Virus legt seit zwölf Monaten die Veranstaltungsbranche lahm. Wie soll ein Neustart gelingen? Mit einheitlichen Konzepten, sagt Ilona Jarabek, Präsidentin des Europäischen Verbands der Veranstaltungs-Centren e.V. (EVVC).

Frage: Frau Jarabek, was ist der EVVC und wofür setzt er sich ein?

Ilona Jarabek: Der EVVC ist die Interessensvertretung der Veranstaltungshäuser in Deutschland und dem angrenzenden europäischen Ausland. Er repräsentiert 350 Mitglieder mit Locations in allen Größenordnungen, vom Bürgerhaus bis zur großen Arena. Aktuell beschäftigen uns die Hilfen für die hart getroffene Branche und mögliche Wiederanlaufstrategien.

Wo sehen Sie den größten Handlungsbedarf?

Jarabek: Wir brauchen einen intensiven Dialog mit den politischen Verantwortlichen. Die Branche ist der sechstgrößte Wirtschaftszweig mit 130 Milliarden Euro Umsatz und rund einer Million Beschäftigten. Dennoch werden wir bei den Überbrückungshilfen unzureichend bedacht. Auch der Begriff „Veranstaltung“ ist nicht klar definiert. Wenn man Konzerthäuser gemeinsam mit Schwimmbädern unter Freizeiteinrichtungen listet, entspricht das nicht der Wirklichkeit.

Was braucht es für den Neustart?

Jarabek: Die Veranstaltungswirtschaft kann nicht von heute auf morgen hochgefahren werden. Jedes Event benötigt einen gewissen Planungsvorlauf, also bereiten wir uns schon jetzt auf das Wiederanlaufen vor. Das gelingt aber nur mit einem verlässlichen und bundesweit einheitlichen Rahmen, der festlegt, bei welcher Inzidenz und welchen Vorkehrungen Veranstaltungen stattfinden können. Ich bin überzeugt, dass alle unsere Häuser mit ihren Konzepten sichere Grundvoraussetzungen mitbringen.

Welche Rolle spielt dabei das Manifest „Restart“?

Jarabek: Das Manifest wurde vom Forum Veranstaltungswirtschaft erstellt und beinhaltet Strategien für den Neustart der Branche. Oberste Prämisse ist dabei die Sicherheit der Gäste. Wir haben eine Genehmigungsmatrix entwickelt, die sich an Inzidenzwerten orientiert und die Größenordnung einer Location berücksichtigt. Damit kann ermittelt werden, mit welchen Maßnahmen und Kapazitäten Veranstaltungen zulässig sind.

Agenda

Oldenburger Wirtschaftstermine

Onboarding – Ausländische Kolleginnen und Kollegen richtig an Bord holen

Wann: 4. Mai, 10–11 Uhr

Wo: Online

Anmeldung:

www.moin-in-oldenburg.de/veranstaltung

Diversity Management: Wie können Unternehmen davon profitieren?

Wann: 12. Mai, 11–12 Uhr

Wo: Online

Anmeldung:

www.moin-in-oldenburg.de/veranstaltung

Oldenburger Diversity-Tag

Wann: 18. Mai

Wo: Online

Info: Susanne Jungkunz, Stadt Oldenburg

Telefon: 0441 235-2448

Workshop „Kreativität und professionelle Intuition im Unternehmen – Erfolgreich schwierige Aufgaben meistern“

Wann: 18. Mai, 17.30–20.30 Uhr

Wo: Online

Anmeldung: <https://triviar.de/course/277>

Workshop „Inspiriere dein Netzwerk! Bühnenpräsenz und Moderation“

Wann: 25. Juni, 10–17 Uhr

Wo: Online

Anmeldung: <https://triviar.de/course/278>

Herausgegeben von

Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg · Industriestraße 1 c · Telefon: 0441 235-2350 · Fax: 0441 235-3130

wirtschaftsfoerderung@stadt-oldenburg.de · www.wirtschaftsfoerderung-oldenburg.de

Konzeption | Koordination: Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg, Fachdienst Standortmarketing · Titelfoto: Martin Remmers

Redaktion | Produktionsleitung: www.mediavanti.de · Gestaltung | Produktion: www.stockwerk2.de · Druck: www.flyerheaven.de