

02.20

OLDENBURGER WIRTSCHAFTSMAGAZIN



Thema: Stresstest und Zeitenwende

Oldenburgs Wirtschaft in den Zeiten von Corona



Wirtschaftsförderung
STADT OLDENBURG i.O.

News

Aktuelle Nachrichten für die Oldenburger Wirtschaft

Zentrales Innovationsprogramm Mittelstand

Mittelständische Unternehmen und Forschungseinrichtungen, die mit ihnen zusammenarbeiten, können aus dem Zentralen Innovationsprogramm Mittelstand (ZIM) Zuschüsse für anspruchsvolle Forschungs- und Entwicklungsprojekte erhalten, die zu neuen Produkten, technischen Dienstleistungen oder besseren Produktionsverfahren führen. Wesentlich für eine Bewilligung sind der technologische Innovationsgehalt sowie gute Marktchancen der geförderten FuE-Projekte.

Weitere Informationen:

www.zim.de

Treffen der Werbegemeinschaften

Mitte Juni kamen auf Einladung des Oberbürgermeisters Vertreterinnen und Vertreter der Oldenburger Werbegemeinschaften zu einem Informationsaustausch zusammen. Dabei ging es insbesondere um Themen der Stadtentwicklung und ihre Auswirkungen auf Gewerbe und Handel in den Stadtteilen. Beschlossen wurde, die Zusammenarbeit zwischen Wirtschaftsförderung und Werbegemeinschaften weiter zu intensivieren.

Kontakt:

Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg
Rieke Bruns
Telefon: 0441 235-3271
rieko.brun@stadt-oldenburg.de

Land vergibt Gründungsstipendien

Das Niedersächsische Wirtschaftsministerium verstärkt seine Bemühungen zur professionellen Begleitung von Start-ups. Die neue „Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen zur Förderung von Existenzgründungen in der Pre-Seed- und Seed-Phase“ richtet sich sowohl an einzelne Gründende als auch an Gründungsteams bis zu drei Personen und verschafft ihnen für acht Monate einen finanziellen Freiraum. Die Höhe des monatlichen Stipendiums beträgt 2.000 Euro, für Studierende 1.000 Euro.

Weitere Informationen:

www.NBank.de

Antrieb der Zukunft

Weiter mit Wasserstoff

Oldenburg will die Nutzung von Wasserstoff als umweltfreundliche Antriebstechnologie voranbringen. Für Praxis-tests sollen die VWG und der Abfallwirtschaftsbetrieb der Stadt (AWB) entsprechende Fahrzeuge anschaffen. Die Wirtschaftsförderung koordiniert die Aktivitäten.



Foto: H2-Mobility

Anfang 2021 soll die erste Wasserstofftankstelle in Oldenburg eröffnen.

Die Bundesregierung hat im Juni eine nationale Wasserstoffstrategie beschlossen. Der Ausbau der Technologie soll mit mehreren Milliarden Euro gefördert werden. Ziel ist es, bis 2050 Kohle, Gas und Öl als Treib- und Kraftstoffe abzulösen und CO₂-neutrale Wirtschafts- und Produktionssysteme zu etablieren. Das von der Regierung beauftragte Industrie-Konsortium „H2mobility“ ist in Oldenburg bereits aktiv und hat in Zusammenarbeit mit einer hiesigen Arbeitsgruppe von DLR-Institut Vernetzte Energiesysteme, OLEC e.V., EWE AG, Planet GbR, Köhn & Plambeck einen Bauantrag für eine Tankstelle an der Cloppenburger Straße gestellt. Die Tankstelle steht dann nicht nur Pkw, sondern auch Bussen und Nutzfahrzeugen zur Verfügung. Ein Novum für Niedersachsen.

Geplant ist die Eröffnung im ersten Quartal 2021, dann kommen auch VWG und AWB ins Spiel. Die VWG hat beim Land die Anschaffung von vier förderfähigen H2-Pilotbussen beantragt. Der AWB will sich mit einem oder zwei Sammelfahrzeugen engagieren. Der Rat der Stadt Oldenburg hat für VWG und AWB die finanzielle Absicherung erklärt, um die Infrastruktur-Planung sicherzustellen.

Diese Kosten übernehmen H2mobility und EWE AG gemeinsam. Geplant ist zudem eine weitere H2-Multifunktionstankstelle in Bahnhofsnähe, die langfristig auch H2-Züge betanken soll.

Mit dem Projekt des Bundesverkehrsministeriums „Hyways for future“ will EWE im Konsortium mit rund 90 Partnern den Markthochlauf von regenerativ erzeugtem („grünen“) Wasserstoff in der Metropolregion Nordwest vorantreiben. Die Förderung umfasst Investitionen in Tankstellen, Elektrolyse-Stationen, Transportwege und Fahrzeuge. Die Wirtschaftsförderung ist über OLEC e.V. beteiligt. Das Netzwerk wird in dem dreijährigen Projekt ab 2021 thematische Arbeitsgruppen leiten und die Öffentlichkeitsarbeit verantworten. Ziel des Projektes ist es, langfristig grünen Wasserstoff im gesamten Nordwesten in den Bereichen Industrie, Energieversorgung und Verkehr zu etablieren.

Kontakt:

Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg
Roland Hentschel
Telefon: 0441 235-3200
roland.hentschel@stadt-oldenburg.de

Liebe Leserin, lieber Leser,

die vergangenen Monate zählen ganz sicher zu den besonderen Herausforderungen meiner Amtszeit. Die

Foto: Markus Hibbeler



Aufgabe, eine Ansteckungswelle in unserer Stadt zu verhindern und angemessene Entscheidungen zu treffen, war keine leichte. Je länger die Einschränkungen andauerten, desto mehr kamen Fragen nach Unterstützung und Hilfen in allen Bereichen hinzu. Das Ringen um den richtigen Weg, möglichst heil aus der Krise herauszukommen, hält an. Aus vielen Gesprächen

weiß ich, dass auch Sie Mut und Zuversicht bewiesen haben, ohne zu wissen, wie es weitergeht. Uns allen gemeinsam ist: Wir haben den Kopf nicht in den Sand gesteckt, sondern tatkräftig Lösungen entwickelt.

Ich bin sehr froh und erleichtert, dass wir die medizinischen Herausforderungen ebenso erfolgreich bestanden haben, wie die wirtschaftlichen und sozialen. Deshalb geht mein herzlicher Dank an alle, die geholfen haben, dass wir auch diese Krisensituation bislang gut gemeistert haben.

Jetzt ist es an der Zeit, Lehren zu ziehen. Was hat funktioniert, wo gab es Schwachstellen? Reichen die Hilfs- und Unter-

stützungsangebote aus? Sind wir für den Neustart gerüstet? Vieles werden wir auch in den nächsten Monaten neu denken müssen und anders planen.

Corona setzt eine Zäsur in unserem Leben, die sich keiner von uns gewünscht hat. Aber es liegen auch Chancen in dieser Zäsur, die wir nutzen können. Ich bin davon überzeugt, dass wir stark genug sind, um solche Krisen zu überstehen. Neben Sorgen, Nöten und Ängsten, vernehme ich auch viele Stimmen, die zuversichtlich auf die kommende Zeit blicken und sich kreativ vorbereiten. Von einigen mutigen Ideen wollen wir Ihnen in dieser Ausgabe unseres Magazins berichten.

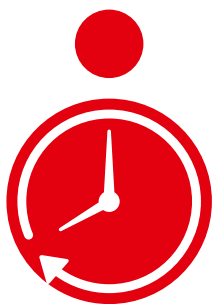
Liebe Leserinnen und Leser, im vergangenen halben Jahr hat sich wieder gezeigt, wir Oldenburger sind bestens erprobt darin, starke Kooperationen und Netzwerke zu knüpfen. Gemeinsam aus der Krise, das ist nicht nur ein gutes Motto, sondern ein vielversprechender Weg für uns alle.

Jürgen Krogmann
Oberbürgermeister

Hogir Schala,
Inhaber des Friseursalons
Elegancia, Oldenburg



Ich bin BusinessLiner!



lzo.com/businessline · businessline@lzo.com

Weil ich ein neues Geschäftskonto auch mal eben zwischen Hochsteckfrisur und Kurzhaarschnitt eröffnen kann. Die **LzO BusinessLine** berät mich immer kompetent per Telefon, E Mail oder Chat.

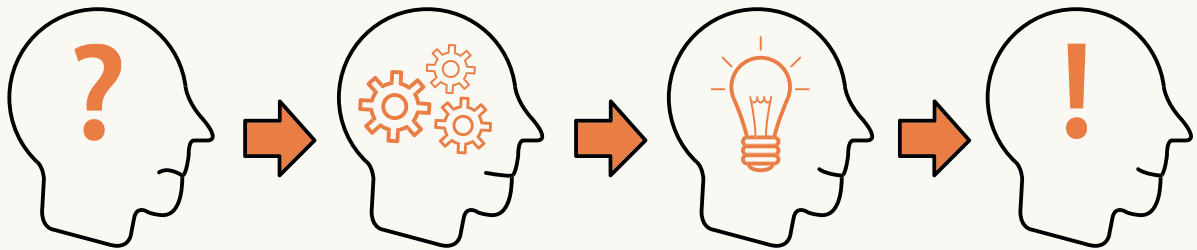
0441 230-7777

Montags bis freitags von 8 - 20 Uhr.

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

LzO
meine Sparkasse

Oldenburger Impulse



Demografiestrategie

Die Stadt wird älter

Eines der zentralen Zukunftsthemen der Stadtentwicklung ist der demografische Wandel. In Oldenburg leben zurzeit rund 33.000 Menschen, die älter als 65 Jahre sind. Bis zum Jahr 2031 wird die Zahl auf etwa 40.000 ansteigen. Sie alle benötigen eine gute Infrastruktur mit Dingen des täglichen Bedarfs, verlässlichem Internet, guter Mobilität, funktionierenden sozialen und pflegerischen Diensten und gesicherter medizinischer Versorgung. Die Arbeitsgruppe „Oldenburg für alle – Demografie als Chance“ hat dazu eine Demografiestrategie für die Stadt entwickelt. Wichtiger Teil ist der im Herbst beginnende Arbeitsprozess mit interessierten Akteurinnen und Akteuren aus der Bürgerschaft, von Institutionen und Verbänden, aus Wirtschaft, Politik und Verwaltung.

Weitere Informationen:

www.oldenburg.de/demografiestrategie



Foto: Stadt Oldenburg

Ausbildung

Prämie kommt!

Die Bundesregierung hat einen Schutzschirm zur Sicherung von Ausbildungsplätzen im Umfang von einer halben Milliarde Euro beschlossen. Damit soll eine Krise auf dem Ausbildungsmarkt verhindert werden. Kleine und mittlere Unternehmen, die trotz eigener Schwierigkeiten infolge der Coronakrise weiterhin ausbilden, sollen mit einer einmaligen Ausbildungsprämie von 2.000 bzw. 3.000 Euro unterstützt werden. Zudem wird der Staat 75 Prozent der Ausbildungsvergütung übernehmen, bevor ein Unternehmen seine Auszubildenden in Kurzarbeit schickt. Auch wer einen Azubi aus einem insolventen Betrieb übernimmt, wird mit einer Übernahmepremie gefördert. „Wir freuen uns, dass im Konjunkturprogramm eine Ausbildungsprämie für die Betriebe enthalten ist“, sagt Eckhard Stein, Präsident der Handwerkskammer Oldenburg.

Weitere Informationen:

www.bmbf.de

Denk!Labor

Kreative Lösungen

Denk!Labor
OLDENBURG

Im Juli hat das „Denk!Labor Oldenburg“ seine Arbeit aufgenommen. Dabei handelt es sich um eine Initiative des Netzwerks Kreativwirtschaft cre8 oldenburg mit Unterstützung der Oldenburgischen IHK und der Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg. Unternehmen können das „Denk!Labor“ auf Zeit zur Unterstützung von Herausforderungen aller Art buchen. Sie werden bei der Problemanalyse und Ideenfindung, bei Fragen zu Vertrieb, Produktion, Öffentlichkeitsarbeit und Betriebsklima, bei

„Reputation kommt zu Fuß und verschwindet zu Pferde.“

Nikolaus von Bomhard, Aufsichtsratsvorsitzender Deutsche Post

Foto: iStockphoto.com/jacoblund



Auf der Suche nach kreativen Lösungen ...

der Entwicklung von neuen Geschäftsmodellen, Dienstleistungen, Lösungsansätzen und Prototypen sowie bei der Optimierung von Prozessen und Produkten begleitet. Wesentliches Merkmal beim „Denk!Labor Oldenburg“ ist die individuelle, passgenaue Zusammenstellung von kreativen Teams anhand der im Vorfeld besprochenen und festgelegten Aufgabenstellung. Das „Denk!Labor“ verfügt über einen Pool von ausgewählten Expertinnen und Experten aus allen Bereichen des wirtschaftlichen, wissenschaftlichen und kulturellen Lebens.

Weitere Informationen:

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

Zertifikat

Zukunftsfest!

Mit dem Zertifikat „Zukunftsfest“ zeichnet das Niedersächsische Wirtschaftsministerium gemeinsam mit der Demografieagentur niedersächsische Betriebe und Verwaltungen aus, die sich Herausforderungen wie Digitalisierung und demografischem Wandel aktiv stellen und erfolgreiche Maßnahmen umsetzen. Bei der Auszeichnung wird zwischen zwei Kategorien unterschieden: „Sozialpartnerschaftlich die Digitalisierung gestalten!“ sowie „Gute Praxis Digitalisierung“. Die eingereichten Beispiele werden durch eine Jury bewertet und für die Verleihung des Zertifikats ausgewählt. Grundlage für die Teilnahme an der Zertifizierung ist der „ZukunftCheck“. In einem persönlichen Gespräch wird die Zukunftsfestigkeit der Bewerber ermittelt. Dazu gibt es weiterführende Handlungsempfehlungen und Angebote.

Weitere Informationen:

Demografieagentur
Dennis Dochtermann
Telefon: 0511 16990922
dennis.dochtermann@demografieagentur.de

Programmreihe

OLEC dialog – Klartext!



Das Erneuerbare Energien Gesetz wird in diesem Jahr 20 Jahre alt, das Oldenburger Energie-Cluster (OLEC) 15. Dies nimmt OLEC zum Anlass, um mit Vertreterinnen und Vertretern aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und dem Kreis seiner Mitglieder die bisherigen Entwicklungen und zukünftigen Herausforderungen der Branche im Rahmen der Web-Konferenz-Reihe „OLEC dialog – Klartext!“ zu diskutieren.

Dabei soll zum einen ein Resümee zu den Erfolgen und Rückschlägen der vergangenen Jahre und daraus resultierender Lerneffekte gezogen und zum anderen Herausforderungen für Branche, Politik und Gesellschaft im Nordwesten diskutiert und spannende Beiträge und Lösungen für die Region aufgezeigt werden.

Das komplette Programm der Reihe ist unter www.energiecluster.de einsehbar.


Die Wirtschaftswelt nach Corona

Stresstest und Zeitenwende

Wie fragil, wie widerstandsfähig ist unser Wirtschaftssystem? Dieses Thema stand zu Beginn des Jahres nicht auf der Tagesordnung. Dann kam Corona. Von einem Tag auf den anderen verkehrten sich Gesetzmäßigkeiten in ihr Gegenteil, jahrzehntelang bewährte Regeln wurden außer Kraft gesetzt. Plötzlich war alles anders. Die Agenda musste neu sortiert werden. Auch in Oldenburg.

Foto: iStockphoto.com/manusapon_kasasod





Es war nur ein Spiel. Informatik-Studierende aus ganz Deutschland nahmen daran im letzten Herbst teil, insgesamt 29 Teams. Darunter auch die „AntiAntiVaxxers“ aus Oldenburg. Ihre Aufgabe bei der 15. Auflage des jährlichen Wettbewerbs: Rettet die Menschheit vor einer Pandemie! Heute wissen wir: Die Wirklichkeit hat die Fiktion längst überholt.

Corona war das alles bestimmende Thema der vergangenen Monate. Kein Gespräch ohne das C-Wort, keine Nachrichtensendung ohne Infiziertenzahlen, kein Tag ohne bange Blicke in Richtung Verwandtschaft: Hat es jemanden erwischt? Am Virus kam niemand vorbei. Es markiert eine Zeitenwende. Global, lokal, in allen Lebensbereichen. Auch in der Wirtschaft. Ganze Branchen erlebten einen kollektiven Absturz. Die meisten traf es hart, viele noch härter. Bund, Land und Kommunen versuchten zu helfen, soweit es ihnen möglich war. Und das Schlimmste: Keiner kann sagen, wann die Sache ausgestanden ist.

Gerade weil Covid-19 ohne Vorwarnung über die Welt herfiel, dürfen wir auf präzise Analysen und Lagebeurteilungen nicht verzichten. Nur wenn wir

Fortsetzung auf der nächsten Seite. →



Videokonferenzen – der für alle sichtbare Beleg für den Nutzen der Digitalisierung.

erkennen, wo und wie dem Virus getrotzt werden konnte, werden wir in Zukunft gegenüber ähnlichen Herausforderungen gewappnet sein. Am wichtigsten ist dabei zweifellos die Einschätzung im medizinischen Bereich. „Wenn man auf die Zahl der Erkrankten schaut, dann sind wir im bundesweiten Vergleich gut durch diese Krise gekommen“, erklärte Oldenburgs Oberbürgermeister Jürgen Krogmann Mitte Juni in seiner ersten öffentlichen Zwischenbilanz.

In puncto Wirtschaft ist die Situation komplizierter. Man erinnert sich an menschenleere Straßen in der Innenstadt, an verschlossene Restaurants und an Firmen, die ihren Betrieb herunterfahren mussten – mal zaghaft, mal sofort. Corona setzte sich wie eine Dunstglocke über die Stadt und erstickte das Leben.

Aber es gab Ausnahmen. Computerhändler waren plötzlich als Experten für Videokonferenzen gefragt, (nicht nur) Gastronomen entdeckten den guten alten Liefer- und Abholservice neu, Gutscheine sicherten so manchem Unternehmen als Treuebekenntnis seiner Kunden die Liquidität. Flexibilität wurde zentraler Teil der Überlebensstrategie.

Beispiel: die Netzfabrik Kremmin. Zur Hochzeit der Pandemie schwenkte das

Traditionsunternehmen auf die Produktion von Gummikordeln für Atemschutzmasken um. „Wir können zurzeit bis zu vier Millionen Stück im Monat produzieren“, sagt Geschäftsführer Hannes Kremmin. „Und wer weiß, wie viele und wie lange wir sie noch brauchen werden.“

Andere organisierten ihre Arbeitsabläufe neu. So vereinbarten die Verantwortlichen der Osterhues-Haustechnik GmbH mit den Beschäftigten, zunächst die Überstunden und den verbliebenen Resturlaub abzubauen. „So konnten wir etwa im Kundendienstbereich auch ohne Kurzarbeit die Zeit der kurzfristig rückläufigen Einsätze gut überbrücken“, erklärt Personalchefin Beate Osterhues. Nur keine Zeit verlieren – so lautete wiederum die Devise bei der Firmengruppe Benken in Tewelbäke: „Durch schnelles Agieren auf coronabedingte neue Bedarfe konnten wir im Wesentlichen die Beschäftigung der Belegschaft sichern, auch wenn Aufträge ruhen oder gar ausbleiben.“

Der Siegeszug der Videokonferenzen ist ein weiteres Beispiel für einen Umdenkungsprozess, der durch das Virus vielleicht nicht ausgelöst, zumindest aber beschleunigt wurde. Die Frage, was virtuell möglich ist und was nicht, wird die große Krise überdauern. Warum nach Leipzig, Saarbrücken oder Bonn reisen, wenn man

sich auch im Chatroom treffen kann? In den Geschichtsbüchern wird später stehen: „Corona brachte den entscheidenden Schub für die Digitalisierung.“

Gilt das auch für den arg gebeutelten Handel? Die Diskussion läuft. Glaubt man dem Handelsjournal, bleibt der überwältigende Teil der Konsumenten seinen bislang favorisierten Einkaufskanälen treu. Nach einer Untersuchung des Fachmagazins ist nur jeder zehnte Befragte zum Onlinehandel übergewechselt. Ein Erfolg unter anderem von neu gebildeten Netzwerken und Initiativen wie „Ich kaufe in Oldenburg“, die auf breite Zustimmung treffen. „Mit unserer starken Innenstadt, den Fachmarkt- und Stadtteilzentren und beispielsweise auch den dezentralen Möbelhäusern haben wir attraktive Magneten, die dieses Vertrauen zu Recht verdienen“, bekräftigt Oberbürgermeister Krogmann.

Am Ende des Stresstests hilft nur Optimismus. Devise: Machen! Den Kopf in den Sand zu stecken, nützt nichts. Das haben übrigens auch die Informatikstudierenden von der Uni Oldenburg erfahren: Sie belegten beim „InformatiCup“ einen sehr guten dritten Platz. Das Finale des Wettbewerbs fand als Videokonferenz statt und wurde per Youtube übertragen – ganz so, wie es die neue Zeit erfordert.

Foto: Wefers und Coll.



Interview

„Unter Druck erkennt man den Menschen!“

Michael Wefers berät Führungskräfte in Unternehmen. Hier sagt er, was für sie in der Zeit nach Corona wichtig sein wird.

Frage: Herr Wefers, wie sind Sie selbst durch die Corona-Zeit gekommen? Waren Sie als Berater mehr gefragt als zuvor?

Michael Wefers: Leider nein, auch uns hat Corona voll erwischt. Donnerstags Mitte März war die Welt noch in Ordnung, am Tag darauf waren alle Präsenzveranstaltungen für März, April, Mai verschoben. Auch danach waren Unternehmen hinsichtlich Präsenzveranstaltungen unentschieden: Bei den ersten fanden sie mit dem nötigen Abstand statt, die Mitarbeiter anderer Kunden befanden sich weiter im Homeoffice. Wir haben deshalb sofort auf Angriff umgeschaltet: die Strategie und die Website überarbeitet, einen neuen Mitarbeiter eingearbeitet, von Präsenzeminaren auf Webinare umgestellt.

Kaum ein Unternehmen war auf die Krise vorbereitet. Was sind die wichtigsten Lehren, die Führungskräfte mitnehmen können?

Wefers: Wer schon länger im Berufsleben ist, weiß, dass Krisen immer plötzlich kommen. Krisen kündigen sich erst kurzfristig an, im Falle des Wechsels des Geschäftsmodells hat man meist drei Jahre Zeit, um zu reagieren. Die wichtigsten Lehren dürften sein: Lass dich nie vom Erfolg blenden und habe immer einen Notfallplan. Beschäftige dich immer damit, dass es kurzfristig auch mal ganz anders kommen könnte. Bereite immer eine Alternative für neues Wachstum vor. Das Mindset einer Führungsmannschaft, also ihr Erfolgsdenken insbesondere im Hinblick auf neues Wachstum, entscheidet, ob zügig und kraftvoll die richtigen Themen zur Zukunftssicherung angepackt und umgesetzt werden.

Wie wird sich Führung nach Corona von der vor Corona unterscheiden?

Wefers: Das Thema Führung auf Distanz oder auch FlexWork ist nicht mehr wegzudenken. Es setzt voraus, dass Führungskräfte ihr Handwerkszeug beherrschen, sprich: ihr Methodenkoffer gut gefüllt ist. Dabei spielen das persönliche Kommunikationsgeschick, gerade über Video, sowie die Fähigkeit zu konsequentem und verbindlichem Projektmanagement eine entscheidende Rolle. Es wird auch organisatorischen Mehraufwand geben, da die spontanen Flurgespräche nun zeitlich geplant werden müssen, um die Beziehungsebenen untereinander zu pflegen. Weitere Herausforderungen: mehr Führung durch Vertrauen anstelle von Kontrolle sowie Leistungsmessung und -einforderung durch eine entsprechende Feedback-Kultur auf Distanz.

Wie muss sich die interne Kommunikation nach Corona verändern?

Wefers: Spätestens ab Herbst werden die Themen Kostensenkung und Anpassung der Personallinie ganz oben auf der Agenda stehen. Beide lösen in der Führungsmannschaft und bei den Mitarbeitern berechtigterweise große Ängste aus – auch wenn sie alternativlos sind. Die Unternehmen sollten alles daran setzen, ihre Kommunikationshoheit zu behalten, sonst gewinnt der negative Flurfunk. Wichtig ist, dass sich der Chef persönlich in regelmäßigen Abständen vor die Mannschaft stellt und die Stärken des Unternehmens sowie das Zielbild, für das man kämpft, durch direkte positive Kommunikation mit ins Bewusstsein rückt.

Wie wirkt sich die Digitalisierung auf Führung aus?

Wefers: Hinter dem Thema Digitalisierung stecken die Punkte Veränderung, neue Herausforderungen, Change. Auf Veränderungsprozesse sollte man die Führungs-

mannschaft vorbereiten, damit sie voll Tatendrang, Kampfgeist und Zuversicht die Sache anpackt. Jedes Veränderungsprojekt, nicht nur die Digitalisierung, wird systemimmanent durch ein Tal der Tränen gehen. Dies als Normalität zu begreifen, ist Teil guter Personalentwicklung. Und wie beim Segeln sollten Unternehmen nicht vergessen: Auf den Sturm muss man Boot und Mannschaft vorher vorbereiten. Im Sturm muss jeder Handgriff sitzen.

Was lernt man in Krisenzeiten über sich selbst?

Wefers: In der Krise bzw. unter Druck erkennt man den Menschen. Führungskräfte erfahren jetzt viel über sich und ihre Charaktereigenschaften: Wie belastbar bin ich emotional? Wie mutig und sachlich bin ich, notwendige Kosteneinsparungen durchzusetzen? Kann ich unter Druck Aufbruchstimmung erzeugen? Gehe ich mutig voran, um Herausforderungen mit Zuversicht zu bewältigen? Habe ich genug Weitblick, um mich mit der Zukunft zu befassen?

Sehen Sie Chancen in der Krise?

Wefers: Es zeigt sich, dass es deutlich leichter ist, Themen anzupacken, deren Umsetzung jahrelang nicht möglich war. Und endlich haben Unternehmen Zeit, am System zu arbeiten und wichtige, strategische Dinge anzupacken, an denen sie schon immer arbeiten wollten, um neues Wachstum für die Zukunft vorzubereiten. Die Starken gehen immer noch stärker aus einer Krise hervor. Denn sie verschwenden keine Zeit durch Klagen, packen zügig und mutig die Dinge an und nutzen ihre Chancen.

Gründer

Fehlstart? Fehlanzeige!

Laut jüngster Erhebung des Umweltbundesamtes stufen 68 Prozent der Deutschen den Umwelt- und Klimaschutz als eine der wichtigsten Herausforderungen unserer Zeit ein. Um sie zu meistern, braucht es kluge Köpfe und Ideen mit Zukunft. Aber was tun, wenn sie durch den Stolperstein Corona ins Wanken geraten? Ganz einfach: weitermachen. Drei Oldenburger Start-ups machen es vor.

Foto: Maurice Weiss



Befinden sich mit „teethlovers“ auf der Erfolgsspur: Alexandra Petrikat (links), Marie Greive (rechts)

Alexandra Petrikat und Marie Greive teilen eine Leidenschaft: Zähneputzen mit selbst hergestelltem Bio-Zahnpulver in ausgefallenen Geschmacksrichtungen. Zunächst nur für den Eigengebrauch entwickelt, wuchs die Neugier im Freundes- und Bekanntenkreis schnell. Ein professionelles Geschäftsmodell musste her. Das Start-up „teethlovers“ war geboren. Geplanter Marktstart: Frühjahr 2020.

„Start-ups müssen immer flexibel aufgestellt sein“, erzählt Petrikat. „Ob man mit Herausforderungen gut zurechtkommt, weiß man aber erst, wenn man in die erste

richtige Bredouille gerät.“ Und die kam prompt, fiel doch ihr Notartermin genau in die Woche, in der Corona zur Pandemie erklärt wurde. Der Termin wurde abgesagt, Pläne überdacht, Marktgeschehen und Kaufbereitschaft neu analysiert.

Für mehr Flexibilität in der Krise schraubten die Gründerinnen ihr finanzielles Risiko herunter. Aus der geplanten GmbH wurde zunächst eine GbR. „Dank Eigenmitteln und Privatdarlehen konnten wir dennoch eine kleine erste Charge produzieren. Damit führen wir jetzt einen Markttest durch“, berichten sie. Seit Juli wird das

Bio-Zahnpulver im eigenen Online-Shop sowie deutschlandweit in ausgewählten Unverpackt-Läden und bei lokalen Einzelhändlern angeboten. Verpackt wird die natürliche Zahnputzalternative plastikfrei im handlichen Glas mit Bambusdeckel. Den Fokus haben Alexandra Petrikat und Marie Greive in der Krise nicht verloren. Im Gegenteil: „Für uns waren die vergangenen Wochen ein starkes Resilienztraining. Wir haben gelernt, wie sich Herausforderungen gemeinsam meistern lassen. Man könnte fast sagen, Corona hat uns stärker gemacht.“

Das Ziel nicht aus den Augen verlieren – so lautete auch für Samuel Rauer und Annika Borst die Devise, als sie ihr Bistrotcafé „Snackwunder“ im Herbartgang zwei Monate nach Eröffnung wieder schließen mussten. Das Konzept „Genuss ohne Reue“ konnte die Oldenburger dennoch auf ganzer Linie überzeugen. Auf der Karte stehen hausgemachte, meist vegane Gerichte ohne Industriezucker und Zusatzstoffe. To-Go-Produkte können im Pfandglas erworben werden, Einmalverpackungen werden aus kompostierbarer Maisstärke hergestellt.

Die Zwangspause haben Rauer und Borst genutzt, um ihr Konzept auf den Prüfstand zu stellen. Dank digitalem Kassensystem ließen sich Verkaufsstatistiken im Detail auswerten. „Da wir einen sehr breit aufgestellten Kundenstamm haben, musste auch eine ausgeklügelte Marketing-Strategie her“, ergänzt der 30-Jährige.

Der Osnabrücker und die Stuttgarterin haben für die Gründung ihres „Snackwunders“ gezielt nach einer Stadt gesucht, die sie in allen Punkten überzeugt. Mit Erfolg: „Wir haben alles richtig gemacht, denn in Oldenburg herrscht nicht nur

Foto: easyFilm GbR



Servieren gesunde Snacks im Herbartgang: Samuel Rauer und Annika Borst



Foto: Rubio Unverpackt

Startete Oldenburgs ersten Unverpackt-Laden: Ruben Meincke.

ein hohes Bewusstsein für Nachhaltigkeit und ein großer Wunsch nach gesunden Bio-Produkten, sondern auch die vegane Community ist hier stark vertreten“, freut sich Rauer. Gemeinsam mit seiner Partnerin blickt er zuversichtlich in die Zukunft. „Inzwischen haben wir wieder annähernd den Umsatz erreicht, den wir vor dem Lockdown hatten. Grund genug also, weitere Pläne zu schmieden.“

Dass man in Oldenburg durchaus empfänglich für zukunftssträchtige Modelle ist, weiß auch Ruben Meincke. Der 24-Jährige hat im April seinen eigenen Unverpackt-Laden in der Blumenstraße eröffnet und konnte sich bereits zahlreiche Stammkunden erarbeiten. Da „Rubio Unverpackt“ als Lebensmittelgeschäft nicht vom Lockdown betroffen war, lief die Eröffnung nach Plan. Nur etwas leiser als gedacht, ganz ohne große Party eben, das räumt Meincke ein. Dass durch Corona vieles anders läuft, merkt er kaum, denn in Unverpackt-Läden findet auch in normalen Zeiten ein strenges Hygienekonzept Anwendung.

Finanziert wurde sein Traum vom eigenen Laden nicht nur durch einen Investitionszuschuss der Stadt Oldenburg, sondern zur Hälfte auch aus einer Crowdfunding-Kampagne. „Dass ich schon zehn Tage früher als geplant mein Kampagnenziel erreichen konnte, hat mir natürlich Rückenwind gegeben“, erinnert sich Meincke. „Die große Unterstützung hat mir gezeigt, dass meine Idee bei den Menschen hier auf Zuspruch trifft – sogar in der Krise.“

Auch Dr. Wiebke Friedrich vom Fachdienst Regionalentwicklung der Wirtschaftsförderung sieht in den innovativen Konzepten von Gründerinnen und Gründern großes Potenzial. In den vergangenen Monaten beriet sie u.a. die drei Start-ups und gewährte ihnen Beratungskosten- und Investitionszuschüsse von insgesamt 7.000 Euro, um ihrem Ziel einen Schritt näherzukommen. Und auch für die Zukunft sendet Friedrich klare Signale: „Jede Gründung ist eine Bereicherung für die lokale Wirtschaft. Deshalb wird die Stadt Oldenburg auch in der Krise weiterhin finanzielle Unterstützung für

Gründerinnen und Gründer bereitstellen und ihnen bei ihren Plänen beratend zur Seite stehen.“

In Oldenburg können wir in Zukunft wohl noch mit vielen frischen Ideen von jungen Gründerinnen und Gründern rechnen. Sowohl Samuel Rauer und Annika Borst vom „Snackwunder“ als auch Ruben Meincke von „Rubio Unverpackt“ haben die Krise als Chance begriffen und sie gemeistert, um das nachhaltige Leben in Oldenburg ein Stück voranzubringen. Und auch die „teethlovers“ blicken nach vorne: „Wir wünschen uns, dass viele Start-ups ihre Schwachstellen gezielt angehen konnten und gestärkt aus der Corona-Krise kommen. Denn Unternehmen mit zukunftsgerichteten Visionen brauchen wir in diesen Zeiten mehr denn je.“

Weitere Informationen:

Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg
 Dr. Wiebke Friedrich
 Telefon: 0441-235-2818
 wiebke.friedrich@stadt-oldenburg.de

Corona-Bilanz

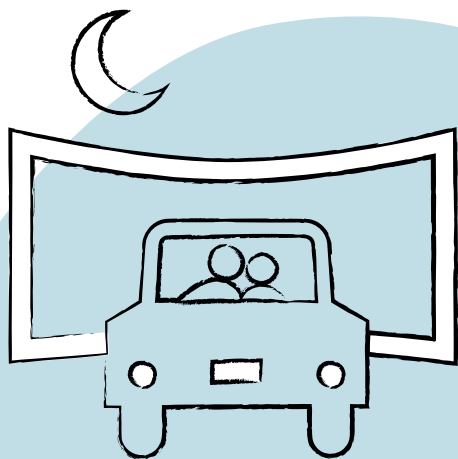
Kreativ aus der Krise

Woher kommt die Hoffnung in der Krise? Ganz sicher aus den verschiedenen Fördertöpfen, dazu aus dem Engagement der Mitarbeiterschaft und aus dem Kopf: Kreativität ist gefragt denn je.

Es mag vielleicht ein wenig zynisch klingen, aber auch die Coronazeit wird neben Verlierern etliche Gewinner hervorbringen. Einige sind schon jetzt erkennbar, andere haben zumindest schon mal die Weichen gestellt. In der Regel lassen jene Unternehmen Krisen gestärkt hinter sich, die sich den Herausforderungen gestellt und (zumindest zum Teil) neue Wege beschritten haben. Das muss nicht gleich bedeuten, die Produktion komplett umzustellen oder sich einer gänzlich neuen Dienstleistung zuzuwenden.

Sieger machen oft nur die kleinen Dinge anders. Manchmal reicht es schon, gewohnte Prozesse im Betrieb zu überdenken, Strukturen zu hinterfragen oder den Vertrieb neu zu organisieren. Warum nicht mit den eigenen Beschäftigten als Testimonials auf Instagram für den Handwerksbetrieb trommeln? Oder die Stammkundschaft via Facebook über das Eintreffen neuer Ware informieren? Wer solche Kanäle klug für sich nutzt, zeigt, dass er zeitgemäß denkt und handelt, und erweitert zudem seine Zielgruppen.

Aber klar: Corona wird in der Wirtschaft auch Narben hinterlassen. Mal waren Unternehmen von besonders harten Einschränkungen betroffen, mal reichte der finanzielle Background nicht aus, mal gab es keine geeigneten Optionen für tiefgreifende Veränderungen. Wir haben uns in verschiedenen Branchen umgesehen – immer auf der Suche nach Anregungen und Ideen, mit denen sich Betriebe am eigenen Schopf aus dem Dilemma herausziehen können. Das Ergebnis der Recherche findet sich auf den folgenden Seiten.



Freizeit

Unterm freien Himmel

Kino in Coronazeiten? Das Cine k hat es möglich gemacht. Das Filmkunst kino veranstaltete zwei Wochen lang gemeinsam mit der Agentur guerilla|substitute ein Autokino-Festival in Oldenburg. Mit vollem Erfolg.

Marianne Hamm freut sich immer noch. Dem Team des Cine k ist mit dem Comeback des Autokinos ein echter Coup gelungen. „Die Idee kam uns bereits am Abend der Schließung unseres Kinos. Wir wollten unbedingt weiter Filme zeigen“, erklärt sie. Nach der Genehmigung dafür musste alles ganz schnell gehen. „Es war eine verrückte Zeit, ein Experiment. Wir haben versucht, ein Programm aus Blockbustern und Arthouse-Filmen

zusammenzustellen.“ Das kam bei den Oldenburgern gut an. Dem Ansturm beim Ticket-Vorverkauf konnte selbst die Website nicht standhalten.

Bis zu 200 Autos fanden am Abend Platz vor der 130 Quadratmeter großen Leinwand. Klare Sicht sollte jeder haben. Neben einer strukturierten Platzzuweisung der Fahrzeuge nach Größen war sogar der Scheibenputzservice inklusive. Insgesamt kamen bis zu 6.000 Besucherinnen und Besucher zu den Kinoabenden, rund 3.000 Tickets wurden verkauft.

Aus finanzieller Sicht also ein voller Erfolg, oder nicht? „Wir konnten die Zeit der Schließung durch das Autokino

Fahrradhandel

Unterwegs auf der Überholspur

Keine Spur von Krisenstimmung im Fahrradhandel. Zwar hieß es auch hier zunächst „Wir haben geschlossen“, danach aber startete der Verkauf von E-Bikes und anderen Rädern richtig durch.

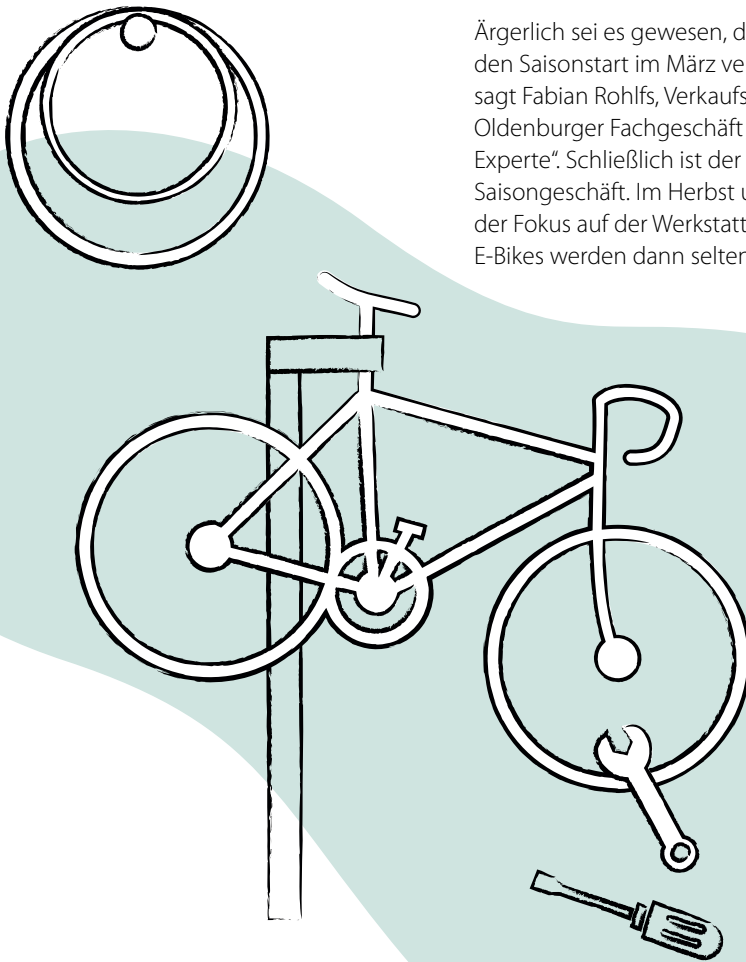
Ärgerlich sei es gewesen, dass man den Saisonstart im März verpasst habe, sagt Fabian Rohlf, Verkaufsleiter im Oldenburger Fachgeschäft „Zweirad-Experte“. Schließlich ist der Radverkauf ein Saisongeschäft. Im Herbst und Winter liegt der Fokus auf der Werkstatt. Fahrräder oder E-Bikes werden dann selten gekauft. Daher

müssen in der Hauptsaison, die etwa von März bis Oktober geht, finanzielle Rücklagen geschaffen werden.

Wegen Corona hat das in diesem Jahr nicht geklappt; sechs Wochen blieben die Türen der Händler geschlossen. „Wenigstens unsere Werkstatt durften wir während des Shutdowns öffnen“, erklärt Rohlf. Der Verkauf begann erst wieder Mitte April, natürlich mit Abstandsregeln und Hygienekonzept. Aber seither boomt der Markt. Insbesondere E-Bikes werden stark nachgefragt. „Viele Kundinnen und Kunden haben den Sommerurlaub gestrichen oder gar nicht erst geplant“, weiß Michael Ottens von „OL-e urban:mobil“ am Schloßplatz. Die Entscheidung, das Geld in neue Räder zu investieren, wurde durch die Beschränkungen meist verstärkt. „Der Wunsch, ein E-Bike zu kaufen, war aber vorher schon da.“

Der E-Bike-Markt sorgt seit Jahren für gute Laune in der Fahrradbranche. Dem Zweirad-Industrie-Verband (ZIV) zufolge wurden 2019 etwa 1,36 Millionen Stück verkauft – knapp 39 Prozent mehr als im Vorjahr. Und 2020? Die Oldenburger Händler geben sich optimistisch. Durch die hohe Nachfrage seit der Wiedereröffnung sei der Umsatz in vielen Läden hoch genug, um die entfallenen Einnahmen auszugleichen, heißt es. Und nicht nur die Verkäufer freuen sich: Auch beim Verleiher Swapfiets sind die Zahlen gut. „Wir haben in Oldenburg vor allem in den Monaten März und April neue Kunden gewinnen können“, teilt Unternehmenssprecher Sebastian Hesse mit.

Dennoch ist die große Nachfrage nach E-Bikes und klassischen Rädern nicht ganz unproblematisch. Zahlreiche Hersteller und Zulieferer meldeten in der Krise Kurzarbeit an oder stellten die Produktion sogar ein. Daraus ergeben sich logistische Herausforderungen. Lange Lieferzeiten sowie die ausfallenden Messen, auf denen die meisten Einzelhändler sonst ihre Ware bestellen, könnten sich in den kommenden Monaten negativ auf den Handel auswirken. Ob die Fahrradbranche auf der Siegerstraße bleibt, ist also noch nicht abschließend zu sagen.



gut überbrücken. Allerdings sind die Leihkosten sehr hoch.“ Oft wird vergessen: Kinobetreiber müssen rund 40 Prozent der Einnahmen allein für die Filmmiete zahlen. Dennoch hat es sich laut Kinomitarbeiterin Marianne Hamm gelohnt: „Wir waren froh, den Oldenburgern in dieser außergewöhnlichen Zeit ein kulturelles Angebot bieten zu können.“

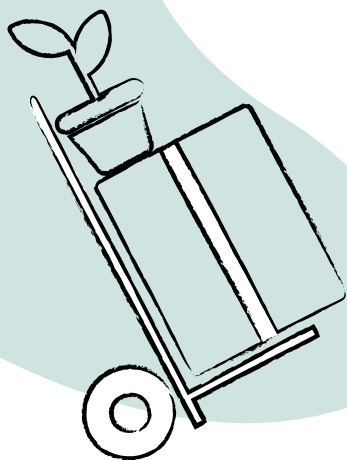
Und das Team hat Blut geleckt. Ohne Auto aber open air ist das Kinoerlebnis noch bis September im Innenhof der Kulturetage möglich. Von Donnerstag bis Samstag zeigt das Cine k zusätzlich zum regulären „Drinnen-Kino“ Filme unterm Sternenhimmel.

Lieferdienste

Wir bringen's rum!

Logistik geht auch einfach: Mit dem Fahrrad, per Pkw oder zu Fuß brachten Einzelhändler während des Lockdowns bestellte Waren zu ihren Kunden. Auch in Branchen, wo man das nicht erwartet hätte.

Nachdem Annika und Charlotte Brunkhorst 2017 die Bioland-Gärtnerei „Kräuterei“ übernommen hatten, dauerte es einige Zeit, bis sie schwarze Zahlen



schrieben. Mit den ersten Stammkunden stiegen die Verkäufe, heute steht der Betrieb auf soliden Füßen. Vor allem in der Zeit von Mitte April bis Ende Juni kommen genügend Einnahmen in die Kasse, um auch für das weitere Jahr gerüstet zu sein. Aber nun? Die beiden Schwestern kamen ins Grübeln.

Die Zwangspause stellte auch „Spielwaren Bente“ vor eine finanzielle Herausforderung. Für Inhaber Heinz Bente und Inna Hoffmann stand am Tag der Geschäftsschließung fest: „Wir müssen handeln!“ Ihre Idee: ein Lieferdienst. Denn die Kunden sollten auch in dieser ungewöhnlichen Zeit weiterhin spielen, puzzeln und rätseln können. Schon wenig später packten sie die Kartons mit den ersten Bestellungen zusammen. „Wir waren überrascht, wie viele Leute sich gemeldet und etwas bestellt haben. Alle wollten uns unterstützen.“

Zurück zur „Kräuterei“. Auch Annika und Charlotte Brunkhorst entschlossen sich ihre Produkte rund um Oldenburg selbst auszuliefern. Aus der Gärtnerei direkt vor die Haustür, das war ihre Devise. Angebote über Saatgut, Jungpflanzen und Erde wurden in kürzester Zeit in den bestehenden Online-Shop integriert. Und das Konzept ging auf – mit bis zu 35 Auslieferungen am Tag konnte knapp die Hälfte des regulären Umsatzes erwirtschaftet werden. Die Schwestern sind sich sicher: „Wenn wir nicht geliefert hätten, wäre es sicherlich zu schlimmeren Folgen gekommen.“

Es zeigt sich: Mit schnellem und kreativem Umdenken sind Unternehmen einigermaßen gut durch die Krise gekommen. Und sie haben gezeigt, dass das Konzept Lieferservice nicht nur bei Gastronomen, Buchhändlern und Apotheken funktionieren kann. Vielleicht eine Perspektive für die Zukunft.

Schausteller

Lichtblicke und Zukunftsängste

Monatelang ohne Einnahmen: für die Schausteller ein Drama. Auch wenn einige durch pfiffige Aktionen den Kopf aus der Schlinge ziehen konnten, werden andere den Ausfall der Saison kaum überleben.

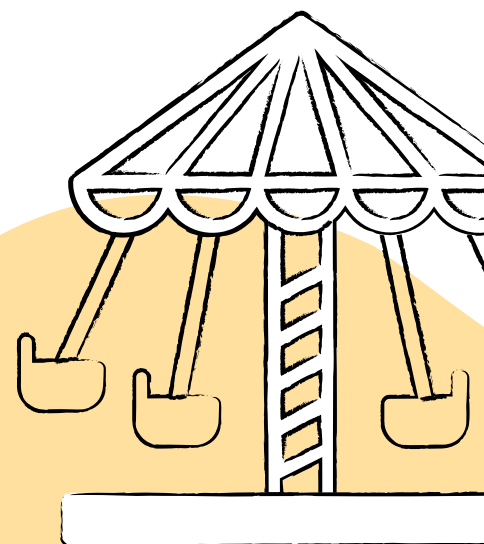
Nach dem Lambertmarkt kam nichts. Kein Jahrmarkt, kein Volks- oder Schützenfest. „Sogar im Krieg haben die Familien meiner Eltern die Plätze gehalten“, sagt Michael Hemen, Vorsitzender des Oldenburger Schaustellerverbands. 2020 aber wird als Jahr des großen Stillstands in die Bücher der Branche eingehen.

Einen kleinen Lichtblick gab es im Frühjahr für die Verkäufer gebrannter Mandeln und anderer typischer Leckereien. Zuerst wurde im Stadtnorden nach Bremer Vorbild ein Drive-In-Jahrmarkt eingerichtet. Wenig später durften auch in der City und in den Stadtteilen Buden aufgebaut werden. „Die Stadt hat die Abläufe stark verschlankt“, lobt Hemen das Entgegen-

kommen der Verantwortlichen. Gewinn lässt sich mit den Ständen indes nicht erzielen. Doch die Kosten sind gedeckt, das Überleben wenigstens einiger Schausteller ist gesichert.

An Ideen mangelt es der Branche nicht: Mit der Aktion „Hand in Hand“ haben die Schausteller deutschlandweit auf ihre Lage aufmerksam gemacht. Und Gutes dabei getan. In Oldenburg gaben sie „Kirmeskonzerte“ im Gertrudenheim und anderen Seniorenstiften.

Bleibt die Frage, wie es weitergeht. Mit dem Aus für den Kramermarkt will sich Hemen nicht abfinden. „Wir haben sehr gute Hygienekonzepte für Volksfeste und Weihnachtsmärkte vorgelegt.“ Mit seinen Kollegen hofft er wenigstens im Herbst auf gute Geschäfte. „Die Leute lechzen nach Abwechslung“, weiß der Schaustellerchef.



Veranstaltungsbranche

Harte Probe statt Premiere

Konzerte oder Partys? Feste, Messen oder Tagungen? Nichts davon. Hygiene- und Abstandsregeln legten die Veranstaltungsbranche über Monate lahm. Hoffnungen ruhen nun auf dem Herbst.

Kim Gütebier macht eine bittere Rechnung auf: „55 Veranstaltungen mussten wir bisher verschieben oder absagen“, sagt der Sprecher der Weser-Ems-Hallen. Spiele der EWE Baskets und der Handball-Frauen des VfL Oldenburg nicht mit eingerechnet, geschlossene und private Veranstaltungen wie Kongresse, Betriebsversammlungen oder Feiern ebenso wenig. Und ein Ende der Absageflut ist nicht in Sicht. Gütebier: „Es wird weiter geben. Die Folgen der Krise werden wir über Jahre spüren.“

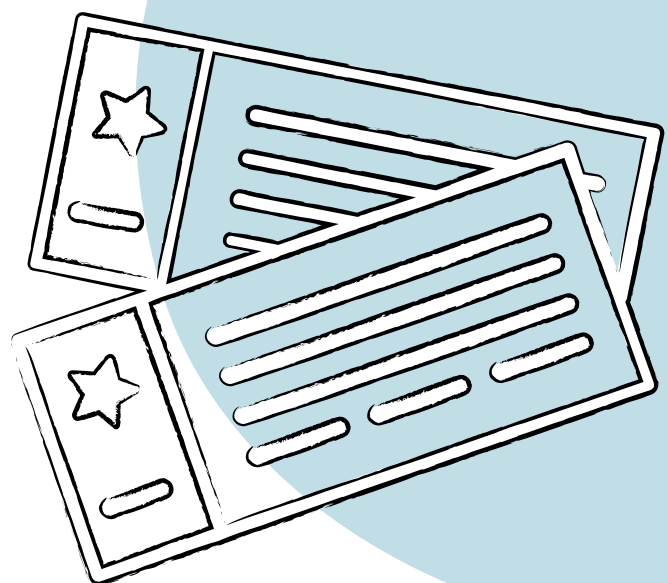
Schätzungen zufolge sind in Deutschland knapp eine Million Menschen direkt betroffen. Die Veranstaltungsbranche ist eine heterogene Gruppe von Unternehmen. Dazu zählen klassische Eventagenturen, Veranstaltungshäuser und -dienstleister wie Bühnen- und Tontechniker, Verleiher, Fotografen oder Hochzeitsplaner. Die Wertschöpfung dieses Wirtschaftszweigs mit Übernachtungen, Verpflegung, Reisekosten und Dienstleistungen liegt bei rund 65 Milliarden Euro pro Jahr.

Einnahmen gab es keine, Arbeit durchaus. „Einige Abteilungen haben mehr denn je zu tun“, berichtet Kim Gütebier. So müssen Messen, die vielleicht zum Ende des Jahres wieder gestattet sind, nicht nur vorbereitet werden, sondern brauchen ausgefeilte Hygienekonzepte. Dennoch sind Teile der Betreibergesellschaft der Weser-Ems-Hallen seit Juni in Kurzarbeit: „Kein Konzert, kein Bühnenbau.“

Misslich auch die Lage in der Kulturretage. „Eine Kultureinrichtung, die ihre Gelder zu ca. 70 Prozent erwirtschaften muss, ist existenziell getroffen, wenn sie keine Karten verkaufen kann“, schildert Geschäftsführer Bernt Wach die Auswirkungen abgesagter und verschobener Termine. Speziell der Ausfall des Kultursommers hat das Team hart getroffen – auch wenn es mit dem Sommerkulturprogramm der Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH (OTM) coronatauglichen Ersatz gab. Der Etagenchef sieht aber durchaus Chancen der Krise: „Wir können uns von einigem trennen: von Oberflächlichkeit, von fehlender Qualität, vom Prinzip immer mehr und immer schneller, von Konsum um des Konsums Willen.“

Mathias Wulf rät ebenfalls zum Umdenken. „Wir müssen die Zeit nutzen, um neue Perspektiven zu entwickeln und neue Formate zu erfinden“, sagt der Veranstaltungstechniker. Mit seiner Firma MPA Flashlight steht er ganz am Ende der Nahrungskette. Wenn nichts stattfindet, können seine Leute auch nirgends Ton- oder Lichtenanlagen aufbauen. Konsequenz: Kurzarbeit. „Ich bin froh, dass es dieses Mittel gibt“, betont er.

Über die Runden kommt Wulf, weil er langfristige Wartungsverträge mit Behörden, Institutionen und Firmen hat. Daneben hat er sich auf die professionelle Produktion von Videokonferenzen verlegt. „Das ist ein Zukunftsgeschäft.“ Hübsch auch die Idee, im Hinterhof eine kleine Bühne aufzubauen und für Mitarbeiter-schulungen zu nutzen. Gelegentlich wurden von dort in den letzten Monaten sogar Auftritte von Bands und DJs ins Netz gestreamt.



Zwischenbilanz

So steuert das Rathaus die Stadt durch die Pandemie

Wie bewältigt man eine Krise, von der man Tage zuvor nicht einmal ahnte, dass es sie geben könnte? Und deren Ausmaß vollkommen unklar ist? Dieser Frage musste man sich in den vergangenen Wochen und Monaten im Oldenburger Rathaus stellen. Oberbürgermeister Jürgen Krogmann wurde zum Krisenmanager.



Foto: Stadt Oldenburg

Pressekonferenz zum ersten Coronafall in Oldenburg – in heutzutage unvorstellbarer Enge.

Die Nachricht verbreitet sich wie ein Lauffeuer: Die Pandemie hat Niedersachsen erreicht. Ein 68 Jahre alter Mann aus der Region Hannover habe sich mit dem Coronavirus infiziert, teilt das Gesundheitsministerium mit. Es ist Samstag, der 29. Februar 2020. Wie im ganzen Land schrillen auch in Oldenburg die Alarmglocken. Zwei Tage später, am Montag, soll in Berlin das traditionelle Deftig Ollnborger Gröönkohl-Äten stattfinden. Geht das jetzt noch?

Oberbürgermeister Jürgen Krogmann beruft eine erste Krisensitzung ein. Was tun? Eine Absage der Veranstaltung steht im Raum. Am Ende entscheidet man sich dagegen. Sonntag macht sich der Tross mit Krogmann an der Spitze auf den Weg

in die Hauptstadt. Mit mulmigem Gefühl. Montagfrüh folgt die erste Besprechung in der Niedersächsischen Landesvertretung. Bewährte Abläufe werden geändert, die Teams auf die neue Situation eingeschwo-ren. Am Abend ist die Stimmung anders als sonst. Gedämpfter, weniger ausgelassen. Zum Glück geht alles gut. „Aber“, so sagt Krogmann rückblickend, „ein Tag mehr und ich hätte absagen müssen“.

Auf der Rückreise am Dienstag erfährt der Oberbürgermeister, dass es nun auch einen Fall in Oldenburg gibt. Noch aus dem Auto heraus wird eine Pressekonferenz auf die Beine gestellt. Das Krisenmanagement setzt ein. Eine der ersten Entscheidungen: intern keine „echten“ Treffen mehr, nur Telefonkonferenzen.

„Das war nicht geübt, hat sich aber bewährt, weil wir sehr effizient arbeiten konnten“, erinnert sich Frank Hinrichs, Leiter des OB-Büros.

Nun überschlagen sich die Ereignisse. Im Grunde wird die gesamte Stadt einmal umgekrempelt. Die Verordnungen der Landesregierung müssen umgesetzt, lokale Regelungen gefunden werden. Was ist mit den Schülern, was mit den Obdachlosen? Wie steht es um Hochzeiten und Beerdigungen? Wer darf sich wo mit wem treffen? Im städtischen ServiceCenter laufen die Telefone heiß. Die Zahl der Anrufe verdreifacht sich auf bis zu 8.000 am Tag. Und alle dauern viel länger als sonst. Fragen über Fragen.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Stadt antworten so gut es geht. Aber auch bei ihnen muss vieles neu geregelt werden. Wer geht ins Homeoffice? Darf der Computer mit? Wo müssen Bürobelegungen geändert werden, wie sieht es mit Urlaub und Überstunden aus? Niemand ist auf die Situation vorbereitet. Niemand kann auf sie vorbereitet sein.

In den folgenden Wochen schafft das Büro des Oberbürgermeisters neue Strukturen, um den Blick fürs Ganze zu bewahren. Drei Arbeitsgruppen, die sogenannten Kommunikationskreise, werden eingerichtet. Eine befasst sich mit dem Komplex Gesundheit, eine mit den Folgen für die Gesellschaft. Die dritte kümmert sich um das Thema Finanzen. Die Idee einer Haushaltssperre wird schnell verworfen. Krogmann: „Das wäre das falsche Signal.“

Täglich bis 10 Uhr laufen alle relevanten Informationen bei Mitarbeiter Finn Pöpken ein. Er filtert die wichtigsten Infos für die aus rund zehn Personen bestehende „kleine Krisenrunde“ heraus. Auch die Mitglieder des Stadtrats werden regelmäßig auf den aktuellen Stand gebracht. „Das ist mir besonders wichtig“, erklärt Jürgen Krogmann.

Eine Doppelstrategie wird deutlich: Zum einen nicht in Hektik verfallen, zum anderen informieren, wo immer es geht. Die Wahrheit ist manchmal bitter, aber man muss sie ansprechen. Gerade in der Krise schadet Geheimniskrämerei nur, fördert Gerüchte und Verschwörungstheorien. Um dem vorzubeugen, schickt der OB auch persönliche Schreiben an alle städtischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Niemand soll sich allein gelassen fühlen. „Wir haben immer Wert darauf gelegt, unser Handeln zu erklären, auch wenn es gelegentlich schmerzhaft war“, sagt Krogmann. Den Kultursommer, das Stadtfest oder den Kramermarkt abzusagen, falle auch ihm nicht leicht. „Aber es gab dazu keine Alternative.“

Genau das trifft auch auf das Krisenmanagement der Stadt zu. Es galt, rasch, klug und mit Weitsicht zu handeln. Pläne durften nicht nur aufgestellt, sondern sie mussten auch umgesetzt werden. Bisher hat das alles gut funktioniert – und das beruhigt. Aber für das große Aufatmen ist es zu früh. Corona ist noch nicht vorbei.

Rückblick

So managte die Wirtschaftsförderung die Krise

Die Wirtschaftsförderung der Stadt Oldenburg erwies sich in der Coronazeit für viele Unternehmerinnen und Unternehmer als wichtige Ansprechpartnerin. Amtsleiter Ralph Wilken zieht ein erstes Zwischenfazit.



Foto: Bonnie Bartusch

Ralph Wilken bestätigt: „Corona ist für uns eine große Herausforderung.“

Wie fülle ich die Förderanträge richtig aus? Wo gibt es Desinfektionsmittel? Wie läuft das mit dem Kurzarbeitergeld? Von einem Tag auf den anderen wurde die Wirtschaftsförderung der Stadt Oldenburg Mitte März zur Auskunftsteil und zum Infobüro. „Das Telefon klingelte permanent“, erinnert sich Amtsleiter Ralph Wilken. Dabei mussten sich seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erst einmal selbst das nötige Wissen aneignen. „Aber das ganze Team hat voll mitgezogen und sich den Problemen gestellt.“

In den ersten Wochen standen die Finanzen im Mittelpunkt. „Vor allem kleinere Unternehmen haben sich bei uns gemeldet, weil sie noch nie mit der NBank oder anderen Förderinstitutionen zu tun hatten“, sagt Wilken. Später ging es mehr und mehr auch um Hygienepläne und die Frage, wie der weitere Betrieb organisiert werden könne. „Es gab regelrechte Wellen. Immer wenn das Land Niedersachsen neue Bestimmungen erließ, setzte

die nächste ein.“ Um dem Informationsbedarf Rechnung zu tragen, wurde eine Corona-Informationssseite für die Wirtschaft aufgebaut. Links, Ansprechpartner und Kontaktadressen mussten dafür recherchiert und stetig aktualisiert werden.

Er glaube, das Krisenmanagement habe „ganz gut geklappt“, fasst Ralph Wilken die vergangenen Monate zusammen. „Es war für alle eine große Herausforderung – sowohl für die Unternehmen als auch für uns.“ Die Bedingungen seien extrem gewesen, an geregelte Arbeitszeiten sei nicht immer zu denken gewesen. „Ich selbst habe an einem Wochenende stundenlang mit Einzelhändlern gesprochen, um die Wiedereröffnung von Geschäften unter den aktuellen Bedingungen zu ermöglichen“, erinnert er sich. Wichtigste Lehre aus der Zeit: „Wir werden alles analysieren und anschließend detaillierte Handlungsempfehlungen erarbeiten. Es ist wichtig, in Krisenzeiten flexibel und engagiert zu reagieren; genau das hat die Wirtschaftsförderung geschafft.“



Auf einen Kaffee mit ... Jürgen Lehmann

Nicht nur ein kurzer Stopp!

Als Interessenvertretung der Wirtschaft ist der Arbeitgeberverband Oldenburg größter Unternehmensverband im nordwestlichen Niedersachsen. Hauptgeschäftsführer Jürgen Lehmann blickt zurück auf ein halbes Jahr, das ganz im Zeichen der Coronakrise stand.

Frage: Herr Lehmann, der Arbeitgeberverband Oldenburg vertritt rund 750 Unternehmen. Wie sind diese bisher durch die Coronakrise gekommen?

Jürgen Lehmann: Die Krise ist bedauerlicherweise nicht vorbei. Ich fürchte, wir werden uns noch sehr lange damit befassen müssen. Die Betroffenheit bei den Unternehmen ist sehr unterschiedlich. Wir haben Betriebe, die schon im März schließen mussten, vor allem jene mit direktem Kundenkontakt. Andere haben die Konsequenzen erst später gespürt, zum Beispiel als die Bestandsaufträge abgearbeitet waren. Wir erkennen dabei zwei Strukturelemente: zum einen die Belastungen durch die Schutzmaßnahmen und -vorschriften der Behörden, zum anderen Probleme durch den Wegbruch der Lieferketten. Im Export haben wir jetzt einen Rückgang von bis zu 30 Prozent. Das wird langfristig eine große Herausforderung werden.

Können Sie ein Beispiel nennen?

Lehmann: Wir vertreten unter anderem Nordmetall, den Verband der Metall- und Elektroindustrie. Viele der Unternehmen sind massiv von der Krise betroffen, auch hier in der Region. Denken Sie an die Werften, den Bereich Luftfahrt oder die Automobilzulieferer. Zum Teil verbinden sich die Konsequenzen aus der Krise mit schon länger vorhandenen strukturellen Problemen.

Haben die Unternehmen, die bereits vor der Krise stark waren, bessere Chancen, diese zu meistern?

Lehmann: Den Unternehmen muss klar sein, dass hier nicht nur ein kurzer

Stopp vorliegt, nach dem alles normal weiterlaufen wird. Die Pandemie verändert die Bedingungen total. Man sollte daher versuchen, aus Krisen Chancen zu kreieren. Wir haben in den letzten Monaten viel gelernt, was sich hoffentlich in die Zukunft retten lässt. Bestes Beispiel sind die Themen Virtualisierung und Digitalisierung, die einen regelrechten Schub erfahren haben. Diesen Antrieb nicht zu nutzen und alte Strukturen zu konservieren, das wäre ein Fehler. Im Gegenteil: Neue müssen aufgebaut und Innovationen gefördert werden. Wenn uns das gelingt, können wir aus der Krise viel Positives entwickeln.

Überleben werden also ...

Lehmann: ... die schnellen und die dynamischen Unternehmen. Vor allem diejenigen, die sich der Digitalisierung offensiv stellen.

Haben nicht viele Firmen dem Thema Krisenmanagement vorher zu wenig Beachtung geschenkt?

Lehmann: Es ist vollkommen klar, dass wir es hier mit einer beispiellosen Krise zu tun haben. Darauf konnte niemand vorbereitet sein. Eine Pandemie mit solch schwerwiegenden globalen Folgen konnten wir uns nicht einmal vorstellen. Aber jetzt ist es die Aufgabe der Wirtschaft, auf die veränderten Rahmenbedingungen zu reagieren. Im Übrigen ist das für Unternehmen nicht neu – sie müssen sich immer wieder Veränderungen anpassen. Geschäftsmodelle gehören auf den Prüfstand und müssen eventuell umgestellt werden.

Was lernen Unternehmen daraus?

Lehmann: Wenn wir den Fachleuten glauben, wird es derartige Pandemien in den kommenden Jahrzehnten häufiger geben. Die Unternehmen werden daher lernen müssen, sich darauf konzeptionell und strukturell einzustellen. Unser Verband hat gerade in den ersten Wochen eine Vielzahl an Anfragen erhalten, weil viele Themen für die Unternehmen neu waren. So mussten wir zum Beispiel zur Niedersächsischen Coronaverordnung und zum Bundesinfektionsschutzgesetz beraten und uns mit Fragen zum mobilen Arbeiten beschäftigen. Unsere zentralen Aufgaben bestehen gerade auch in der Krisensituation darin, die Mitgliedsunternehmen schnell und umfassend zu beraten und zu informieren.

Kurzarbeit wurde nach der Finanzkrise wieder zu einem wichtigen Instrument in der Krise. Hat es sich erneut bewährt?

Lehmann: Ebenso wie in der Finanzkrise hat die Kurzarbeit der Wirtschaft in den vergangenen Monaten sehr geholfen und dazu geführt, den Anstieg der Arbeitslosigkeit deutlich zu begrenzen. Ohne Kurzarbeit

würde das sicherlich ganz anders aussehen, wie der Vergleich mit der Situation in den USA zeigt. Wie es weitergeht, hängt nun von den Perspektiven der Unternehmen ab. Ich gehe aber davon aus, dass es in den nächsten Monaten verstärkt auch zu Entlassungen kommen wird.

Welche Faktoren beeinflussen die Entwicklung aus Ihrer Sicht?

Lehmann: Ein weiterer Lockdown würde uns erheblich zurückwerfen. Darüber hinaus müssen wir die weltweite Entwicklung genau im Auge behalten. Unsere Wirtschaft ist stark exportabhängig. Aber kommen die Länder, in die wir liefern und mit denen wir eng zusammenarbeiten, wieder nach oben? Zurzeit können wir nur auf eine schnelle positive Entwicklung hoffen.

Wie groß ist Ihre Sorge, dass wir unseren Wohlstand, unsere Lebensqualität nicht werden halten können?

Lehmann: Wir alle haben uns an unseren Wohlstand gewöhnt, zu dem der weltweite Handel und internationale

Verflechtungen maßgeblich beigetragen haben. Die Krise zeigt aber auch, wie verwundbar unsere global vernetzte Weltwirtschaft ist. Es gilt daher Maßnahmen zu ergreifen, um sich insgesamt resilienter gegenüber externen Störungen aufzustellen. Dabei wird es in Teilbereichen auch zu Wohlstandseinbußen kommen. Insbesondere werden wir uns wohl von einigen lieb gewonnenen Gewohnheiten verabschieden müssen.

Wie werden wir im Jahr 2025 auf 2020 zurückblicken?

Lehmann: Deutschland hat im Vergleich zu anderen Ländern die Coronakrise bisher gut gemeistert. Dies beruht vor allem auch auf der guten Arbeit von Politik und Verwaltung, die viele richtige Entscheidungen getroffen und schnell umgesetzt haben. Gleichwohl werden die Coronakrise und ihre Folgen die Wirtschaft und unser Leben noch lange Zeit beeinflussen. Ich bin aber optimistisch, dass durch die Krise dringend erforderliche Strukturveränderungen und Innovationen ausgelöst und beschleunigt umgesetzt werden und wir im Jahr 2025 auf eine insgesamt positive Entwicklung zurückblicken können.

Herr Lehmann, vielen Dank für das Gespräch.



Foto: Andreas Burmann

37 Jahre beim AGV

Jürgen Lehmann ist seit Sommer 1983 beim Arbeitgeberverband Oldenburg tätig. Der Jurist arbeitete zunächst als Rechtsanwalt in Osnabrück, bevor er als Syndikus zum AGV in die Huntestadt

kam. 1989 wurde er Geschäftsführer, acht Jahre später Hauptgeschäftsführer. Mit seinen angeschlossenen Verbänden der Metall- und Elektroindustrie, Holz- und Kunststoffbranche sowie der

Bekleidungsindustrie vertritt der AGV über 750 Unternehmen, die zirka 85.000 Arbeitnehmer beschäftigen. Der Verband feierte 2019 sein 100-jähriges Bestehen.

Familienfreundlichkeit in Unternehmen

Corona als Nagelprobe

Familienfreundliche Arbeitsbedingungen haben sich in der Coronakrise bewährt. Das ist das Fazit einer Umfrage unter den Mitgliedern des Arbeitskreises Familienfreundlichkeit in Unternehmen. Die Ergebnisse dokumentieren wir hier in Ausschnitten. Und nicht vergessen: 2021 verleiht die Stadt Oldenburg erneut den OLLY, den Preis für besonders familienfreundliche Unternehmen und Institutionen.

Wie haben Sie selbst die Wochen und Monate seit dem Ausbruch der Pandemie erlebt?

„Mir war schnell klar, dass es nicht darum geht, ob sondern wann uns die Pandemie trifft. BÜFA hat schnell und intensiv alle Mitarbeiter aufgeklärt und ein Hygienekonzept vorgelegt. Teams wurden geteilt, um die Personenanzahl im Büro bzw. Betrieb zu verringern und Infektionswege einzuschränken. Wo möglich, wurde Homeoffice umgesetzt. Täglich wurde über die aktuelle Situation berichtet. Wir wurden auch mit Desinfektionsmittel und Masken versorgt. Das hat mir Sicherheit gegeben.“

Frauke Kayser,
Teamleiterin BÜFA-Minis / Beruf und Familie, BÜFA GmbH & Co. KG

„Für mich waren die letzten Monate sehr anstrengend. Der plötzliche und lang andauernde Ausfall der Kinderbetreuung sowie des Unterrichts stellte uns als Familie vor eine große Herausforderung. Der Spagat zwischen Büro, Homeoffice, Homeschooling und Kinderbetreuung ist über einen so langen Zeitraum kaum möglich. Beruflich sind viele Termine ausgefallen, Veranstaltungen und Arbeitskreise wurden abgesagt oder verschoben, Planungen ausgesetzt. Dennoch gab und gibt es viel zu tun. Der leere Kalender hat bei der Organisation der Kinderbetreuung geholfen.“

Wiebke Oncken,
Gleichstellungsbeauftragte Stadt Oldenburg

„Ich habe die letzten Monate als Phase eines deutlichen Umbruchs im Sinne einer Neuorientierung in meiner gewohnten Arbeitswelt erlebt. Von der über-

raschenden Erkenntnis, dass mobiles Arbeiten durchaus (auch für mich) praktikabel ist, bis hin zur Feststellung, dass die Mobilität allein für die Kollegen mit kleinen Kindern nicht ausreicht, auch die Aufhebung der bisher gewohnten Arbeitszeitregelungen, die freiere Nutzung des Gleitzeitstundenkontos bis in den Minusbereich oder auch ein kontinuierlicher, transparenter Informationsfluss und persönlicher Austausch erweisen sich jetzt als besonders wichtig, um gerade auch die Familienväter und -mütter in dieser Zeit zu entlasten.“

Claudia Cyriacks-Schmitt,
Prokuristin, ise Individuelle Software und Elektronik GmbH

Manches, was beim Thema „Familienfreundlichkeit“ schon lange auf der Agenda stand, ist nun Allgemeingut, etwa Homeoffice. Fühlen Sie sich bestätigt? Welche anderen familienfreundlichen Angebote haben sich in der Krise bewährt, welche wurden neu entwickelt?

„Homeoffice erwies sich als besonders wertvoll, da es die Möglichkeit eröffnete, die Betreuung von Kindern oder pflegebedürftiger Angehöriger zu gewährleisten und gleichzeitig Dienst zu verrichten. Als weiteres familienfreundliches Angebot bewährte sich die Anpassung der Dienstvereinbarung Telearbeit. Mobiles Arbeiten wurde gewährt, ohne das Vorliegen eines persönlichen Grundes. Das Verfahren zur Gewährung von Sonderurlaub wurde vereinfacht, auch durch Delegation der Zuständigkeiten. Es erfolgte eine Flexibilisierung bei Arbeitszeit und -ort.“

Anja Dittel-Brinkhoff,
Gleichstellungsbeauftragte der Polizeidirektion Oldenburg



Foto: iStockphoto.com/Vgajic

Homeschooling und Arbeitswelt in Einklang zu bringen, ist nicht immer ganz einfach.

„Bei allen Beschäftigten war eine hohe Bereitschaft zu flexiblem Handeln vorhanden. Die Situation wurde gut angenommen und alle versuchten, das Beste daraus zu machen. Trotz verringerter persönlicher Kontakte entstand durch das gemeinsame Bewältigen der Corona-Krise das subjektive Empfinden eines gestärkten Team- und Gemeinschaftsgefühls. Von großem Wert war der bereits vorhandene flexible Arbeitszeitrahmen, der die Spielräume im Einzelfall erweiterte.“

Birgit Loth,
Fachdienst Personal und Organisation,
Stadt Oldenburg

„Das Thema Homeoffice ist bei uns keine neue Erfindung. In vielen Bereichen war und ist es schon lange eine gute Möglichkeit, Familie und Beruf unter einen Hut zu bringen. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nutzen dies seit dem Shutdown vermehrt. Auch der für diesen Zweck erweiterte Arbeitszeitrahmen von 6 Uhr bis 22 Uhr wird dankbar angenommen.“

Heike Nordmann,
Business Partner, Personal und
Kommunikation, Oldenburgische
Landesbank AG

Die Betreuung von zu pflegenden Angehörigen und von Kindern, die nicht in die Kita oder die Schule konnten, war ein großes Thema. Was können wir davon für Konzepte zur Familienfreundlichkeit lernen?

„Eine große Last fällt in der Krise den Frauen zu. Sie übernehmen aufgrund der noch immer vorhandenen geschlechtsspezifischen Gehaltsunterschiede und vorherrschenden Rollenbilder häufiger die Kinderbetreuung, das Homeschooling, den Haushalt. Sie stecken beruflich eher zurück und erleiden somit Nachteile in Bezug auf ihre berufliche Weiterentwicklung und die Rente. Um gegenzusteuern sollten Väter viel stärker einbezogen werden. Es muss eine Haltung im Unternehmen vorherrschen, bei der Elternzeit und vor allem Teilzeitarbeit bei Männern nicht mehr belächelt wird. Väter sollten vom Arbeitgeber stärker unterstützt werden, gleichberechtigt Familie und Beruf leben zu können.“

Wiebke Oncken,
Gleichstellungsbeauftragte Stadt
Oldenburg

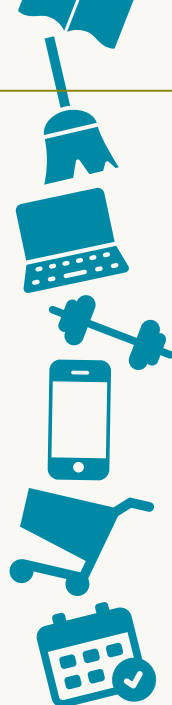
„Der Shutdown und die daraus resultierenden Schließungen der Schulen, Kindergärten und Betreuungseinrichtungen war für Angehörige ein Schock. Wenn man als Arbeitgeber nicht schnell auf eine solche Situation reagieren kann, drohen neben Arbeitsausfällen nicht nur finanzielle Einbußen, sondern auch vermehrt Krankenschreibungen. Wir haben auch gemerkt, dass Homeoffice nicht nur positiv auf Familienaufgaben wirkt. Hier haben wir über die Stundenspende Familien unbürokratisch und solidarisch helfen können.“

Heike Nordmann,
Business Partner, Personal und
Kommunikation, Oldenburgische
Landesbank AG

„Wenn man die Komfortzone verlassen muss und alle an einem Strick ziehen, ist mehr möglich, als man es sich in seinem bisher gewohnten Arbeitsalltag vorstellen konnte.“

Claudia Cyriacks-Schmitt,
Prokuristin, ise Individuelle Software
und Elektronik GmbH

Fortsetzung auf der nächsten Seite. →



Haben Unternehmen, die sich familienfreundlich ausrichten, bessere Chancen, durch solche Krisensituationen zu kommen?

„Ja, da bestehende Konzepte dazu führen, dass ad hoc gehandelt bzw. reagiert werden kann. Lange Vorlaufzeiten entfallen. Die Reaktions- und Arbeitsfähigkeit der Organisation bleibt so in Krisensituationen erhalten.“

Anja Dittel-Brinkhoff,
*Gleichstellungsbeauftragte der
Polizeidirektion Oldenburg*

„Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie bekommt in der Pandemie einen ganz anderen Stellenwert. Unternehmen, die es gewohnt sind, mit ihren Mitarbeitern

kreative Arbeitsmodelle auszuprobieren und auszuführen, haben meines Erachtens große Vorteile. Sie können sich schnell auf die neuen Gegebenheiten einlassen und finden durch die Flexibilität beider Parteien gute Lösungen. Gehen Unternehmen und Mitarbeiter gemeinsam durch eine solche Zeit, stärkt es in großem Maße die Loyalität, Wertschätzung und Einsatzbereitschaft.“

Frauke Kayser,
*Teamleiterin BÜFA-Minis / Beruf und
Familie, BÜFA GmbH & Co. KG*

„In der aktuellen Krise hat sich gezeigt, dass wir mit unseren bereits etablierten und langjährig erprobten Beratungs- und Vermittlungsleistungen im Bereich der Pflege, Kinderbetreuung und psycho-

sozialen Beratung viele Herausforderungen besser meistern. Durch unsere langjährige Struktur war es uns zum Beispiel möglich, mobile Betreuungspersonen im Haushalt der Eltern zügig zu vermitteln. Auch unsere Führungskräfte profitieren von unserem Leistungsangebot, indem sie an unserem Telefonseminar zum Thema „Umgang mit belasteten Mitarbeiter*innen“ teilnehmen. Im Intranet wurden zusätzliche Informationen zum Thema „Krisenselbstcoaching“ herausgegeben. Außerdem stellten wir aufgrund unserer Kindertagesbetreuung sicher, dass Eltern(-teile) weiterhin zur Arbeit gehen konnten. Für familienbezogene individuelle Problemstellungen versuchen wir, zeitnah durch die Vereinbarkeit von Beruf und Familie, wirkungsvoll hilfreiche Lösungen vor Ort zu entwickeln.“

Marleen Eisenberger,
*Ausbildungsleiterin, AWO
Bezirksverband Weser-Ems e. V.*

„In den Telefonaten mit Eltern bezüglich einer Notbetreuung zeigte sich, dass die Belastung subjektiv umso geringer empfunden wurde, je größer das Verständnis seitens des Arbeitgebers für die familiäre Situation gewesen ist.“

Anja Gerdes,
*Bereichsleitung Kindertagespflege,
Stadt Oldenburg*

Fazit



Unternehmen, die sich schon vor der Krise familienfreundlich aufgestellt hatten, waren und sind in der Krise zumindest in diesem Bereich klar im Vorteil.

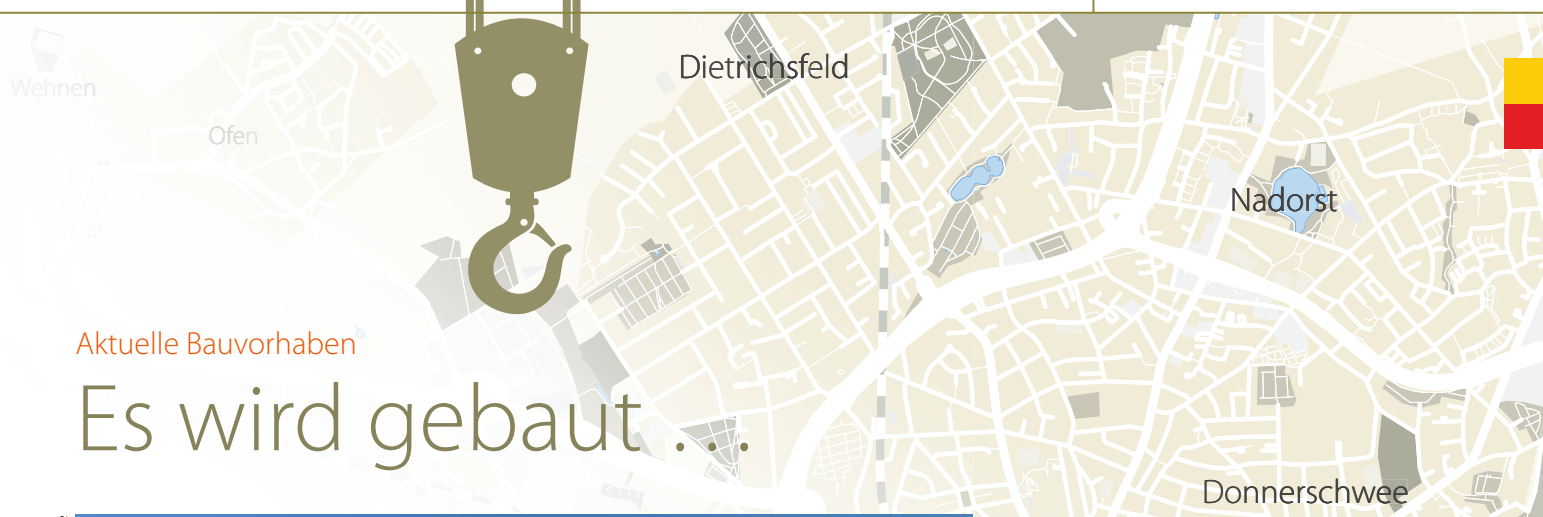
Wer den Fokus schon vorher auf die besonderen Situationen der Beschäftigten gerichtet hatte, stellte schnell fest, dass sich diese Einstellung gelohnt hatte.

Eltern, pflegende Angehörige, auch Mitarbeitende, die aktuell keine „Care-Aufgaben“ haben – alle profitieren davon, denn familienfreundliche Arbeitgeber sind nicht nur für neue Kräfte attraktiver, sondern sie punkten auch bei der Mitarbeiterbindung.

Seit 2007 vergibt die Stadt Oldenburg den OLLY an besonders familienfreundliche Unternehmen und Institutionen. Bislang

gab es insgesamt 43 Bewerbungen um den Preis. Wer ihn 2021 gewinnen möchte, sollte nun beginnen, seine Bewerbung schon mal gedanklich auf den Weg zu bringen.

Informationen dazu gibt es bei der
Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg
Birgit Schulz
Telefon: 0441 235-2821
birgit.schulz@stadt-oldenburg.de



Aktuelle Bauvorhaben

Es wird gebaut ...

Fotos: F. W. Deus Unternehmensgruppe



1 F. W. DEUS Unternehmensgruppe
 Im Gewerbegebiet Tweelbäke hat der Neubau einer weiteren Logistikanlage der F. W. DEUS Unternehmensgruppe bereits konkrete Formen angenommen. In direkter Anbindung an die vorhandenen Anlagen werden eine neue Lager- und Umschlagshalle mit einer Fläche von ca. 4200 m² sowie ein zweigeschossiges Verwaltungsgebäude mit ca. 1.100 m² Büroflächen und Sozialräumen errichtet. Der Neubau wird das starke Wachstum des Geschäftsbereichs der Neumöbellogistik für den Versandhandel auffangen, aber auch eine Entlastung der vorhandenen Anlagen ermöglichen. Mit der erneuten Baumaßnahme werden die Voraussetzungen für die weitere Unternehmensentwicklung am Standort Oldenburg geschaffen, an dem DEUS seit 1857 ansässig ist.

Fassade des seit über 160 Jahren in der Innenstadt ansässigen Geschäfts freigelegt. In der hauseigenen Werkstatt werden nach wie vor Reparaturen vorgenommen und spezielle Kundenwünsche umgesetzt.

2 Heinrich Munderloh GmbH & Co. KG
 Auch in der Fußgängerzone sind immer wieder Veränderungen wahrzunehmen. In einem neuen Erscheinungsbild präsentiert sich der Fahrradspezialist „Munderloh“ an der Langen Straße. Mit dem Umbau wurde die Verkaufsfläche vergrößert und modernisiert: Nunmehr kann die Angebotsvielfalt an Fahrrädern, E-Bikes sowie Fahrradzubehör und -bekleidung auf über 900 m² präsentiert werden. Zudem wurde der historische Firmenschriftzug an der

3 Autohaus Brau GmbH
 Das Autohaus Ford Brau an der Ede- wechter Landstraße 157 befindet sich zurzeit in Umbaumaßnahmen, die im Herbst 2020 abgeschlossen werden. Mit verdoppelter Ausstellungsfläche, einer neuen Dialogannahme und einer öffentlichen Elektroladestation wird sich der neue Ford-Store gleichzeitig als Nutzfahrzeugkompetenzcenter präsentieren. Der Vertrieb von Elektro- und Hybridfahrzeugen gehört damit ebenso zum Angebot wie ein erweitertes Sortiment für

die gewerblichen Kunden. Geschäftsführer Ralf Rüdibusch freut sich über die aktuelle Entwicklung und blickt positiv in die Zukunft: „Die Erweiterungsinvestition stärkt das Traditionshaus in Oldenburg, an dem zugleich weitere Ausbildungsplätze im kaufmännischen und technischen Bereich geschaffen werden.“

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

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



Fotos: Stadt Oldenburg



Foto: WIFAL-Institut

Launologie

Wenn die Stimmung stimmt ...

Für den Launologen Dr. Helmut Fuchs gewinnt der Wirtschaftsfaktor „Gute Laune“ zunehmend an Bedeutung. Seine These: Gute Stimmung bringt gute Leistung.

Frage: Herr Dr. Fuchs, Sie bezeichnen sich als „Launologe“. Was ist das?

Dr. Helmut Fuchs: Die Launologie ist eine Proto-Wissenschaft, die Stimmungen untersucht und in die Ursachen und Wirkungszusammenhänge erklären möchte. Sie kann als junge Teildisziplin der Psychologie betrachtet werden und ist mit dem WIFAL-Institut seit zehn Jahren in Berlin verortet.

Die Stimmung in der Wirtschaft sei „eingetrübt“ heißt es zurzeit häufig. Wie wichtig ist die Stimmung?

Dr. Fuchs: Arbeit und gute Stimmung, das galt lange als unvereinbar und scheint immer noch für viele ein Widerspruch zu sein. Dabei sagen alle Motivationsexperten, dass mit schlechter Laune nichts erreicht wird. Unternehmen mit einer positiven Leistungskultur zeigen, dass Wettbewerbsvorteile, Zukunftsorientierung, Kreativität und mentale Belastbarkeit deutlich zugenommen haben und erheblichen Einfluss auf die Rekrutierung exzellenter Mitarbeiter ausüben. Wenn die Stimmung stimmt, stimmt auch die Leistung.

Welche Mittel und Wege sehen Sie, um die Stimmung zu verbessern?

Dr. Fuchs: Wer Spaß an seiner Arbeit und Erfolg haben will, muss lernen die eigene und die Stimmung seiner Kollegen gezielt zu beeinflussen. Das freundliche Gesicht und erst einmal lächeln kann täglich genauso geübt werden, wie positiv zu denken und sich selbst als Multiplikator guter Stimmung im Unternehmen zu verstehen.

Warum?

Dr. Fuchs: Solche Menschen sind im Allgemeinen erfolgreicher, gesünder und zufriedener. Studien zeigen: Die richtige positive und konstruktive innere Haltung führt dazu, dass Informationen und Ereignisse anders wahrgenommen werden und nicht gleich in die Kiste der Vorurteile gepackt werden. Neugier und Experimentierfreudigkeit sind Steigbügelhalter erfolgreicher Changeprozesse. Wissenschaftler belegen, dass Heiterkeit die Denkleistung fördert und komplexe Zusammenhänge erkennbar schneller identifiziert. So können diese Menschen Dinge besser einschätzen und Entscheidungen treffen, die der Situation angemessen sind.

Agenda

Oldenburger Wirtschaftstermine

OLEC dialog „Klartext! Ist Biogas der vielfältige Hidden Champion der Energiewende?“

Wann: 17. September 2020

Wo: Web-Diskussion

Info: info@energiecluster.de

Telefon: 0441 36116-565

**Muse, Mampf & Mammon
Appetizer aus Wirtschaft, Gastronomie und Kultur**

Wann: 19. September, 15 bis 17 Uhr

Wo: Schlossplatz

Info: Ina Lehnert-Jenisch, Stadt Oldenburg

Telefon: 0441 235-2105

OLEC dialog „Klartext! Wie wird der Ausbau Erneuerbarer Energien gemeinsam mit Bürger*innen und Kommunen zum Erfolg?“

Wann: 1. Oktober 2020

Wo: Web-Diskussion

Info: info@energiecluster.de

Telefon: 0441 36116-565

E-Mail-Verteiler – Direkt, schnell und kostengünstiges Marketing

Wann: 19. November 2020

Wo: Technologie- und Gründerzentrum Oldenburg (TGO)

Info: Sylke Kleiner, TGO

Telefon: 0441 36116-0

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 | Titelmotiv: iStockphoto.com/Sezeryadigar

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