

03.17

OLDENBURGER WIRTSCHAFTSMAGAZIN



Thema: Corporate Social Responsibility

Wie unternehmerische Verantwortung in Oldenburg umgesetzt wird



News

Aktuelle Nachrichten für die Oldenburger Wirtschaft

Neue Standortbroschüre

Die Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg hat die Broschüre „Wirtschaftsstandort Oldenburg“ herausgegeben. Sie richtet sich an Oldenburger Unternehmer und Unternehmerinnen oder solche, die es werden wollen. Die Broschüre kann bei der Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg angefordert werden – unter Telefon 0441 235-2350 oder per E-Mail an wirtschaftsfoerderung@stadt-oldenburg.de. Den Download finden Sie auf www.oldenburg.de/wirtschaft.

Aufgetischt!

Kostprobe gefällig? Aber klar: Bei „Aufgetischt!“, der Regionalmesse mit Genuss, zeigen über 50 Aussteller aus der Region am 20. und 21. Januar im Haus der VHS ihre Leckereien. Interessierte können sich bei zum Beispiel über die Herstellung von Lebensmitteln informieren: Was kann guten Gewissens gegessen werden? Wo werden Lebensmittel produziert? Das alles ist interessant für Gastronomen, die nach Impulsen für den eigenen Betrieb suchen, aber auch für Firmen, die etwa über eine eigene Kantine verfügen.

Weitere Informationen:

www.vhs-ol.de

TPO und MTO

Der Technologiepark Oldenburg (TPO) in Wechloy und das Quartier MediTech Oldenburg (MTO) in Kreyenbrück sind zwei der herausragenden Großprojekte der Stadt. Dies wurde auch auf der europaweit größten Gewerbeimmobilien- und Investorenmesse, der „Expo Real“ in München, deutlich, bei der beide vorgestellt wurden. Zu den Projekten liegen Informationsbroschüren vor, die bei Interesse bei der Wirtschaftsförderung angefordert werden können.

Weitere Informationen:

Susanne Mosel
Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg
Telefon: 0441 235-3619
susanne.mosel@stadt-oldenburg.de

Technologietransfer

Zukunftsfähigkeit stärken

Innovative Ideen entwickeln und schnell am Markt umsetzen – für kleine und mittlere Unternehmen ohne eigene Forschungsabteilung ist das nicht einfach. Zwei aktuelle Projekte bieten Unterstützung.

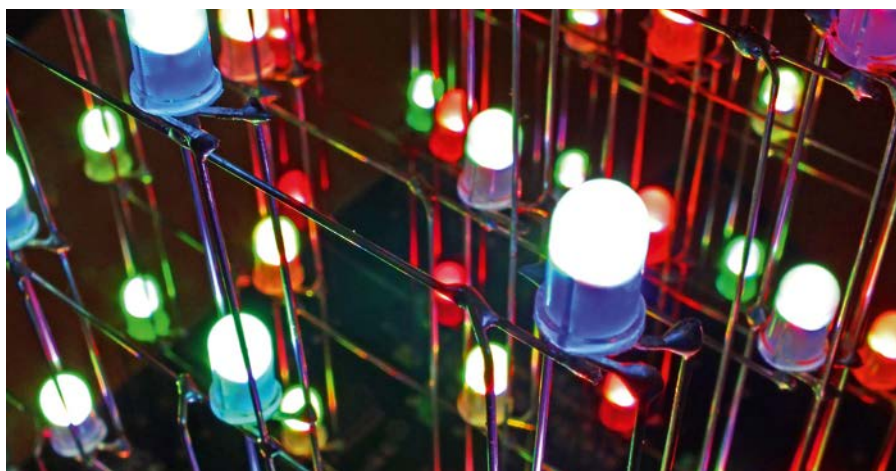


Foto: Th. Reinhardt/pixelio.de

Viele Unternehmen haben Bedarf an einer Innovationsberatung.

Durch intensivere Zusammenarbeit zwischen Wissenschaft und Wirtschaft zukunftsfähige Arbeitsplätze schaffen – dieses Ziel verfolgt das Verbundprojekt „Technologiescouting innovativ NordWest“. Zugrunde liegt ihm eine Kooperation der Universität Oldenburg, der Jade Hochschule und der Hochschule Emden/Leer mit der Industrie- und Handelskammer Oldenburg, den Handwerkskammern Oldenburg und Ostfriesland, dem FabLab Oldenburg sowie den regionalen Wirtschaftsförderern. Sie soll beiden Seiten zugutekommen: Vor allem kleine und mittlere Unternehmen profitieren von einem leichteren Zugang zu Know-how und hochqualifiziertem Personal. Für Hochschulen bieten Kooperationen Möglichkeiten, verstärkt Praxisbezüge in die Ausbildung zu integrieren, Forschungsk Kooperationen zu intensivieren und Partner für Abschlussarbeiten und Praktika zu gewinnen.

Eine kostenfreie Beratung bei der Entwicklung neuer Produkte und Dienst-

leistungen bietet die Oldenburger Wirtschaftsförderung seit Oktober 2017 an. Informationen zum Stand der Technik und die Einschätzung von Marktchancen gehören genauso zur Beratungsleistung wie die Kontaktvermittlung zu Experten, Hochschulen und Forschungseinrichtungen. Auch Hilfe bei der Einwerbung von Fördermitteln und Unterstützung bei der strategischen Umsetzung von Innovationen sind Teil des Angebotes. Die Erstberatung ist kostenlos. Je nach Verlauf des Projekts können weitergehende Kosten ebenfalls förderfähig sein. Mit den Beratungen wurde das Oldenburger Unternehmen Dieter Meyer Consulting GmbH (MCON) beauftragt. Unternehmer, die an einer Beratung interessiert sind, wenden sich an die Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg.

Weitere Informationen:

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

Liebe Leserin, lieber Leser,

unser Wirtschaftsmagazin widmet sich dieses Mal dem weiten Feld der Corporate Social Responsibility (CSR). Unternehmen haben zweifellos eine hohe gesellschaftliche

Foto: Markus Hibbeler



Verantwortung – schließlich sie sind ein wesentlicher Teil unserer Gesellschaftsordnung. Und das in verschiedenen Rollen, etwa als Arbeitgeber, Investor oder Sponsor. Wir werden Ihnen einige sehr gelungene Beispiele von CSR aus unserer Region vorstellen.

Natürlich definieren Unternehmen Corporate Social Responsibility unterschiedlich. Und doch fühlen sich alle dem Gedanken verpflichtet, mehr als nur wirtschaftlichen Erfolg zu erzielen. Immer häufiger wird deutlich, dass gerade verantwortliches Wirtschaften auch langfristig finanziellen Erfolg ermöglicht und erleichtert. Kurzfristiges Gewinnstreben wird längst in vielen Fällen als Erfolgsrezept hinterfragt. Denken wir nur an den spektakulären Rückzug des Rockefeller-Fonds aus dem Geschäft mit Öl, Gas und Kohle. Dahinter lässt sich eine wertebasierte Veränderung kapitalistischer Anlageformen erkennen, ethische Komponenten finden hier zunehmend Platz im Kapitalismus.

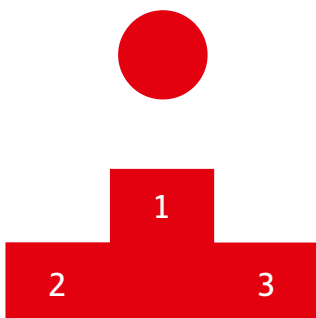
Uns dürfte dies nicht überraschen, formuliert doch bereits das Grundgesetz den Verfassungsauftrag „Eigentum verpflichtet“. Sein Gebrauch soll zugleich dem Wohle der Allgemeinheit dienen.

Für mich zählen aber nicht nur großes Engagement und die umsatzstarken Firmen als Vorbilder. Zahlreiche kleine Unternehmen handeln wie selbstverständlich nach den Grundsätzen des CSR, nur sprechen sie häufig nicht darüber oder werden kaum öffentlich erwähnt. Etwa, wenn sie kleinere (Kultur-)Veranstaltungen unterstützen, umweltfreundliche Materialien verwenden oder für gute Arbeitsbedingungen zum Wohl ihrer Beschäftigten sorgen.

Ich kann allen, die bereits verantwortlich handeln, nur danken und alle anderen ermutigen, sich mit diesem wichtigen Thema auseinanderzusetzen. Das aktuelle Wirtschaftsmagazin will Ihnen dazu Anregungen geben.

Jürgen Krogmann
Oberbürgermeister

Aufs richtige Pferd setzen ist einfach.



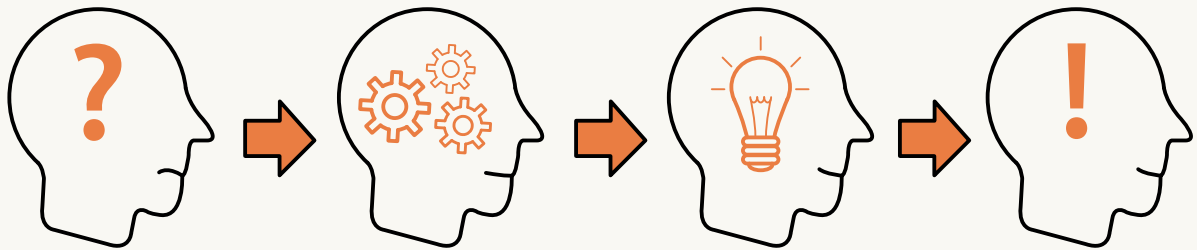
lzo.com/hausbank · lzo@lzo.com

Wenn Sie als Unternehmer einem Finanzpartner vertrauen können, der in jeder Situation die Zügel im Griff behält. Überzeugen Sie sich von unserer Kompetenz und machen Sie uns zu Ihrer Hausbank. Wir bringen Sie nach vorn!

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

LZO
meine Sparkasse

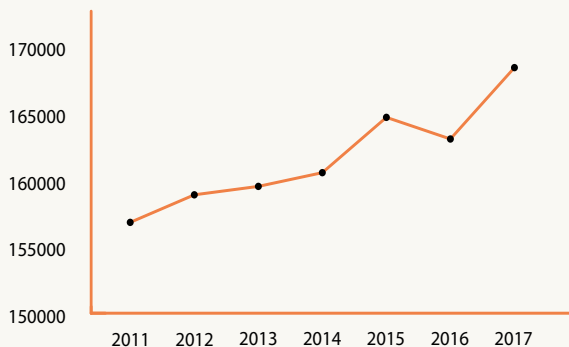
Oldenburger Impulse



Bevölkerungsstatistik

Oldenburg wächst weiter

Die Zahl der Oldenburgerinnen und Oldenburger steigt weiter an. Im laufenden Jahr ist sie laut Einwohnerdatei der Stadt auf 168.078 gestiegen. Damit konnte nach Auswertung der Statistiken über An-, Um- und Abmeldungen im letzten Jahr ein Bevölkerungszuwachs von rund 1.500 Neubürgerinnen und Neubürgern festgestellt werden. Oberbürgermeister Jürgen Krogmann zeigt sich erfreut über die positive Entwicklung: „Oldenburg ist weiter eine sehr attraktive Stadt zum Leben und Arbeiten. Wichtig ist, dass wir im Wohnungsbau sowie beim Ausbau von Kitas und Schulen mit der Entwicklung Schritt halten. Dafür unternehmen wir große finanzielle Anstrengungen.“ Auf Grundlage der aktuellen Entwicklung ist davon auszugehen, dass Oldenburg die 170.000-Einwohner-Marke in der ersten Jahreshälfte 2019 erreichen könnte.



Einwohner in Oldenburg

Quelle: Städtische Einwohnerstatistik

Regionalranking

Oldenburg im Spitzenfeld



Foto: Universität Oldenburg

IW Consult, Immobilienscout 24 und Wirtschaftswoche haben erneut ihr Städteranking vorgelegt. Die drei Partner beantworten darin die Frage, wie es sich in den 70 deutschen Großstädten leben und arbeiten lässt. Die Ergebnisse für Oldenburg sind in mehrfacher Hinsicht bemerkenswert. So liegt die Stadt etwa im Dynamikvergleich bei der Lebensqualität auf Platz 2, ebenso wie bei der Versorgung der unter Dreijährigen mit Kita-Plätzen. Beim Wohnungsneubau liegt Oldenburg auf dem vierten Platz, bei der Breitbandversorgung auf dem elften. Darüber hinaus stellt die Studie fest, dass 48,7 Prozent aller Schulabgänger in der Stadt über eine Hochschulzugangsberechtigung verfügen. Rang 11 im bundesweiten Vergleich.

„Ein guter Chef lässt seine Mitarbeiter wissen, dass er zweifelsfrei akzeptiert, was sie tun; dass er unterschreibt, ohne nachzuprüfen. Er macht jedoch eindeutig klar, dass die Verantwortung für das, was sie tun, dann auch bei ihnen selbst liegt.“

Cyril Northcote Parkinson (1909–93), britischer Historiker und Publizist



Quelle: Stadt Oldenburg

Preis für Familienfreundlichkeit in Unternehmen OLLY 2018

Auch 2018 können sich Betriebe wieder um den OLLY bewerben, den Preis der Stadt Oldenburg für familienfreundliche Unternehmen und Institutionen. Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie nimmt einen immer größer werdenden Stellenwert in unserer Gesellschaft ein und ist zu einem zentralen Argument bei der Suche nach Fachkräften geworden. Ein familienfreundlicher Betrieb steigert seine Attraktivität im Wettbewerb um qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Kreativpioniere 2017 Ausgezeichneter Oldenburger

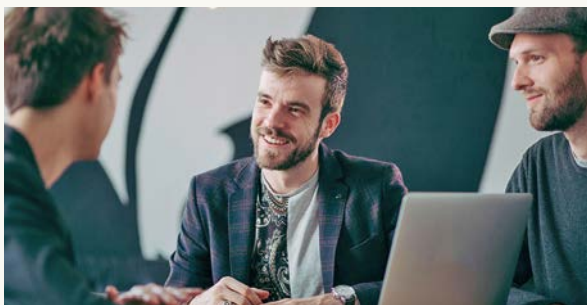


Foto: threeOax

Erneut konnten sich Kreativschaffende – z. B. Designer, Musiker, Architekten, Künstler – aus Niedersachsen um die Auszeichnung „Kreativpionier“ bewerben. Und erneut befindet sich ein Oldenburger unter den Preisträgern: Sebastian Zeberg konnte die Jury mit seiner Werbeagentur threeOax für sich gewinnen. Über die Bereiche Grafik-Design, Online-Marketing und Website-Programmierung hinaus gestaltet er Graffiti-Kunstwerke zur Markenkommunikation im öffentlichen Raum im Auftrag von Unternehmen und Institutionen. Wie auch die anderen elf Gewinner wird der Oldenburger an einem Förderprogramm teilnehmen.

Die Stadt Oldenburg verleiht den OLLY seit 2007. Unter dem Vorsitz von Oberbürgermeister Jürgen Krogmann entscheidet eine unabhängige Jury erneut über die Vergabe des nicht dotierten, aber imagefördernden Preises. Ausgezeichnet werden Maßnahmen, die zu einer Verbesserung der Situation für die Beschäftigten im Hinblick auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie führen. Es muss sich keineswegs um einzigartige, innovative Lösungen handeln. Gefragt sind auch bestehende Angebote, die in den Unternehmen und Institutionen als nicht selbstverständlich empfunden werden. Zur Bewertung gehören sowohl Angebote und Hilfen bei der Tagesbetreuung von Kindern als auch bei der Betreuung und Pflege von Angehörigen.

Bewerben können sich Unternehmen und Institutionen mit Sitz in Oldenburg. Die Maßnahmen müssen realisiert oder es muss mit der Umsetzung bereits begonnen worden sein. Bisher ausgezeichnete Unternehmen oder Institutionen können sich frühestens nach sechs Jahren wieder bewerben. Detaillierte Informationen werden rechtzeitig in der Presse und unter www.oldenburg.de/wirtschaft bekannt gegeben.

Ansprechpartnerin:

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



Corporate Social Responsibility

Alter Wein in neuen Schläuchen?

Dem Fußballverein um die Ecke neue Trikots spendiert, Kulturveranstaltungen finanziert und Elektroautos angeschafft: Schon ist das Gewissen – und die weiße Weste – wieder rein. Als „Greenwashing“ verschrien müssen sich Unternehmen bei solchen Aktionen oft Marketingmasche vorwerfen lassen. Dabei kann ein zielgerichtetes Engagement für die Firma durchaus rentabel sein – und gleichzeitig einen echten Nutzen für die Gesellschaft bringen.



Zwischen sozialem Engagement, Nachhaltigkeit und dem Wortungetüm Corporate Social Responsibility (CSR) wird im Alltag kaum unterschieden – ein Fehler. Bleibt man bei der reinen Wortbedeutung, geht es um die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Aber Verantwortung ist ein sehr dehnbare Begriff. Und wie stark der Einfluss der Unternehmenstätigkeit auf die Gesellschaft wirklich ist, darüber lässt sich gut streiten.

„Jedes Unternehmen wird CSR für sich unterschiedlich definieren und umsetzen“, sagt Dr. Karsten Hurrelmann von der Universität Oldenburg. Er ist Mitglied im Oldenburg Center for Sustainability Economics and Management, einer seiner Forschungsschwerpunkte ist die Wirtschafts- und Unternehmensethik. Corporate Social Responsibility ist für ihn kein neuer Begriff – im Gegensatz zu vielen Chefs der Unternehmen, die sich seit dem Inkrafttreten des CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetzes vom April 2017 gezwungen sehen, sich mit dem Thema zu beschäftigen.

CSR ist das Buzzword 2017 – zumindest in Wirtschaftskreisen. Jeder hat davon gehört, spätestens seitdem große Unternehmen in Deutschland rechtlich dazu verpflichtet wurden, über ihre CSR-Maßnahmen zu berichten. So wirklich fassen kann es jedoch kaum jemand.

Die Europäische Kommission definierte CSR im Jahr 2001 als „ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren.“ Zehn Jahre später legt die EU eine neue Definition vor: CSR meint „die Verantwortung von Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft“. Dabei sollen Unternehmen „soziale, ökologische, ethische, Menschenrechts- und Verbraucherbelange in enger Zusammenarbeit mit den Stakeholdern in die Betriebsführung und in ihre Kernstrategie [integrieren]“.

Damit zielt die Europäische Kommission auf Arbeitsbedingungen, Gleichstellung der Geschlechter und Gesundheit der Beschäftigten, auch auf Klimawandel, Ressourceneffizienz, Bekämpfung

Fortsetzung auf der nächsten Seite. →

von Korruption und die Integration von Menschen mit Behinderungen ab. CSR-Maßnahmen beziehen sich aber nicht nur auf das eigene Unternehmen: Die soziale und ökologische Verantwortung über die gesamte Lieferkette ist zu betrachten.

Synonyme, die keine sind

CSR und Nachhaltigkeit würden fälschlicherweise oft synonym verwendet, erklärt Karsten Hurrelmann. Diese Unschärfe des Begriffs trage auch zur Verbreitung der Thematik bei: Grundsätzlich ist die Übernahme von Verantwortung, gerade in der Außendarstellung, etwas Positives. Welches Unternehmen möchte sich nicht als verantwortungsvoll präsentieren?

„CSR sollte sich immer auf die Unternehmensstrategie und im Optimalfall auf das Kerngeschäft des Unternehmens beziehen,“ so Hurrelmann. Doch die Unternehmenspraxis zeigt: Das Konzept ist so vielfältig wie seine Anwender, seine Grenze so schwer zu fassen wie die Vorstellung von Verantwortung.

„Früher hat man von ‚gesellschaftlicher Verantwortung‘ gesprochen“, sagt EWE-Vorstand Michael Heidkamp. Seit gut einem Jahr beschäftigt er sich mit dem Thema – auch, weil sein Unternehmen inzwischen zur Berichterstattung verpflichtet ist. „Da stellt sich zuerst die Frage, worum es mit Blick auf die Anforderungen aus der Richtlinie eigentlich geht. Wir haben für uns als wesentlichen Eckpfeiler die Beschäftigung mit dem Menschen ausgemacht.“ Das heißt bei EWE: Azubis und Arbeitsbedingungen, Fachkräftemangel, ein attraktiver Arbeitgeber sein. „Die meisten verstehen unter Nachhaltigkeit Klima- und Umweltschutz. Das ist es auch, aber es geht noch weiter: Welche Stakeholder haben welche Ansprüche an das Unternehmen? Welche Erwartungen werden an uns gestellt?“

Die neue rechtliche Vorgabe bedeutet für EWE erst einmal monetären Aufwand. „Aber das ist nicht weit genug gedacht“, erklärt Heidkamp: Am Ende müsse sich sowieso jedes Unternehmen mit den eigenen Auswirkungen auf die Umwelt auseinandersetzen. „Ich glaube der langfristige Erfolg ist davon abhängig, dass man sich genau mit diesen Perspektiven beschäftigt.“ Immer mal wieder gebe es Vorkommnisse, durch die man sich auf bestimmte Themen fokussiert – seien es Margen, die enger werden, oder andere finanzielle Schwierigkeiten.

„Man muss zusehen, dass man die anderen Aspekte nicht aus den Augen lässt.“ Durch die neue Gesetzeslage werde er nun jedes Jahr daran erinnert. „Das wird bei uns ein Standardprozess – das ist ein Vorteil, da bin ich ganz ehrlich.“



Das CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz

Das Gesetz zur Stärkung der nichtfinanziellen Berichterstattung der Unternehmen in ihren Lage- und Konzernlageberichten meint die Pflicht für große, kapitalmarktorientierte Unternehmen, darüber zu informieren, welche Auswirkungen das unternehmerische Handeln auf Umwelt und Gesellschaft hat. Es gilt rückwirkend seit dem 1. Januar dieses Jahres – und ist damit für das Geschäftsjahr 2017 wirksam. Deutschland setzt damit die EU-weit geltende CSR-Berichtspflicht um.

Das Gesetz betrifft allerdings nur Unternehmen, die mehr als 500 Mitarbeiter beschäftigen und deren Bilanzsumme entweder mehr als 20 Millionen Euro beträgt oder deren Umsatzerlöse sich auf mehr als 40 Millionen Euro belaufen.

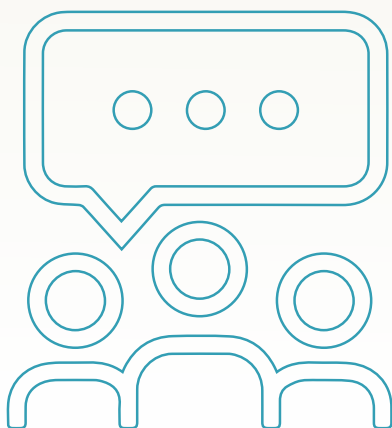
Quelle: Rat für Nachhaltige Entwicklung



Auch die Landessparkasse zu Oldenburg muss den neuen gesetzlichen Anforderungen gerecht werden. Ein Klacks – zumindest inhaltlich. Seit zehn Jahren beschäftigt sich die LzO bereits mit dem

Thema Nachhaltigkeit. „Ohne gesetzliche Pflicht geht’s wahrscheinlich nicht, dann machen zu wenige mit“, räumt Hans-Günter Rostalski, Leiter Abteilung Vorstandsstab der LzO, ein. Der CSR-Bericht würde vor allem den

Unternehmen helfen, die sich jetzt damit auseinandersetzen müssen, denn das Bewusstsein werde geschärft. „Es führt dazu, dass man sich mit der Rolle des Unternehmens in der Gesellschaft stärker auseinandersetzt“, weiß auch Michael Heidkamp.



notfall ist die LzO gerüstet. Auch die Übernahme einer Filialleitung ist als Elternteil kein Problem: In Eversten teilen sich zwei Frauen, die aus persönlichen Gründen in Teilzeit arbeiten, diese Position und kön-

nen so Führungsaufgaben wahrnehmen. „Der eine hat Familie und der andere eben nicht. Oder noch nicht. Oder nicht mehr. Und allen Bedürfnissen muss Rechnung getragen werden.“

Bei der Entwicklung des eigenen CSR-Verständnisses sollten zwar die Unternehmen selbst wegweisend sein, doch externe Unterstützung hilft, blinde Flecken zu

erkennen. „Professionelle Unterstützung mit ins Boot holen“, empfiehlt Hans-Günter Rostalski. Die LzO wandte sich an die Arbeiterwohlfahrt, um von ihrem Wissen und Möglichkeiten zu profitieren. Andere setzen auf Arbeitsgruppen und suchen den Dialog mit Arbeitnehmervertretern und Betriebsräten, wie etwa EWE.

Bällebad und Schreibtisch – für Arbeitnehmer mit Kind

CSR sei kein Prozess, der heute anfängt und morgen endet. „Es ist eine Bewegung“, sagt Rostalski. Eine Bewegung hin zu mehr Verantwortung gegenüber der Gesellschaft. „Unsere Überzeugung ist, dass gerade große Unternehmen in einer besonderen Verantwortung sind, das zu tun, was Klimaforscher und Politiker immer wieder verlangen: Bei dem, was man tut, die Nachhaltigkeit, die Ökologie, nicht zu vergessen.“ Neben begrünten Dächern, Geothermie, dem Einsatz von Elektroautos bei Dienstfahrten und der Senkung des Büromittelverbrauchs gilt ein besonderer Blick den Beschäftigten.

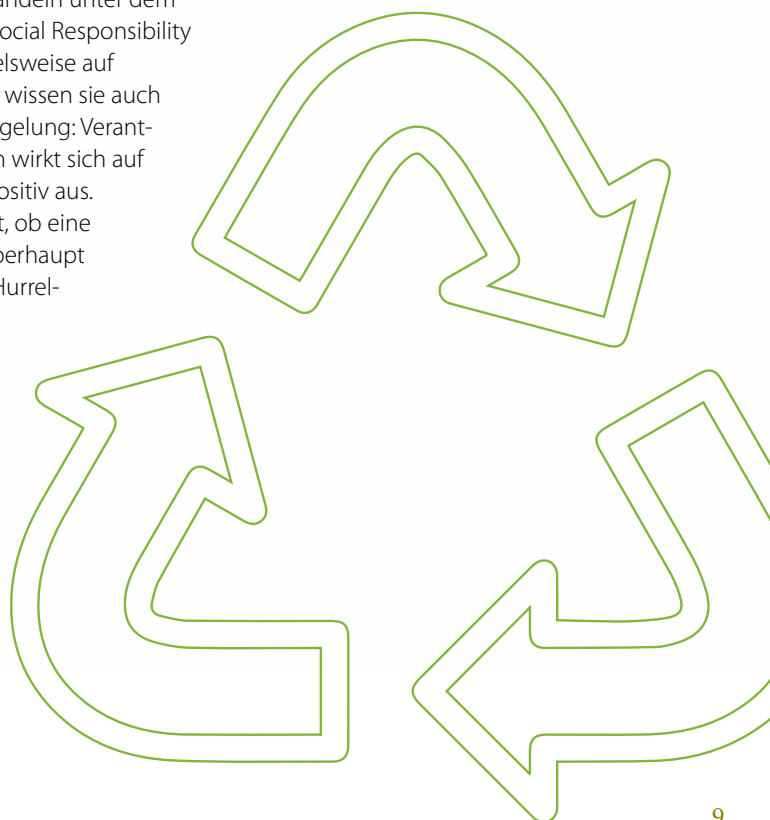
Für die LzO sei es besonders wichtig, ihre Arbeitnehmer so zu unterstützen, wie sie es brauchen, erklärt Rostalski: individuell zugeschnittene Arbeitszeitmodelle, Ferienfreizeiten für Kinder der Angestellten, Eltern-Kind-Zimmer samt Bällebad und Schreibtisch. Selbst für den Betreuungs-

Warum sollte sich ein Unternehmen diese Mehrarbeit aufhalsen? Viele tun es bereits, ohne dass ihr Handeln unter dem Schlagwort Corporate Social Responsibility läuft und achten beispielsweise auf Ressourcen. Denn eines wissen sie auch ohne die gesetzliche Regelung: Verantwortungsvolles Handeln wirkt sich auf die Außendarstellung positiv aus. Es sei jedoch zweifelhaft, ob eine eindeutige Kausalität überhaupt bestimmbar ist, erklärt Hurrelmann. „Die Übernahme von Verantwortung kann auch negative wirtschaftliche Konsequenzen für ein Unternehmen haben.“ Zusätzlich können sie von den Maßnahmen aber auch wirtschaftlich profitieren – durch Einsparungen im Energiebereich,

Planungssicherheit, ressourcenschonende Prozesse und Produkte, welche Kosten im Wertschöpfungsprozess sinken, oder eine höhere Attraktivität auf dem Arbeitsmarkt.

CSR ist eben nicht nur Gutmenschentum, sondern kann wirtschaftliche und imageverbessernde Konsequenzen haben. „Man erhofft sich zum Beispiel eine höhere Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter sowie eine höhere Identifikation mit dem Unternehmen“, erklärt Dr. Karsten Hurrelmann von der Uni Oldenburg. Doch neben den organisationsbezogenen Wettbewerbsvorteilen gibt es noch mehr: „Ertragsfördernde Wirkungen durch verantwortungsvolles Markenimage und Innovationen der Angebote, verbesserte finanzielle Leistungsfähigkeit und besserer Kapitalzugang wegen zunehmender Aufmerksamkeit der Kapitalgeber bzgl. CSR-Themen, erhöhte Attraktivität als verantwortungsvoller Arbeitgeber im „war for talents“ sowie die Reduzierung langfristiger Kosten und Erschließung neuer Wertschöpfungspotentiale durch besseren Umgang mit (ökologischen, sozialen, politischen und kulturellen) Risiken und Chancen“, zählt Hurrelmann auf.

Fortsetzung auf Seite 11 →



EWE-Vorstand Michael Heidkamp

Wir brauchen die Balance!

Anders als KMU müssen sich große Unternehmen von Gesetzes wegen mit Corporate Social Responsibility beschäftigen. Michael Heidkamp, Marktvorstand der EWE AG, erläutert, was das bedeutet.

Foto: EWE AG



Frage: Seit April dieses Jahres gilt das Gesetz zur Umsetzung der europäischen CSR-Richtlinie. Wie wirkt es sich auf ein Unternehmen wie EWE aus?

Michael Heidkamp: Da wir über 500 Mitarbeiter haben und kapitalmarktorientiert sind, müssen wir zu verschiedenen CSR-Themenbereichen berichten. Wir erweitern dafür unseren jährlichen integrierten Bericht, der im April fertig sein muss, vom Aufsichtsrat genehmigt und dem Wirtschaftsprüfer vorgelegt wird. Der Bericht enthält neben den Finanzkennzahlen auch Informationen, wie EWE seiner Verantwortung in Gesellschaft und Umwelt nachkommt.

Wie unterscheidet sich dieser Bericht vom Nachhaltigkeitsbericht?

Heidkamp: Das ist schon sehr artverwandt. Der entscheidende Unterschied liegt darin, dass man heute eine Wesentlichteilsanalyse macht und herausarbeitet, welche Perspektiven für uns von herausragender Bedeutung sind, weil sie auf den Geschäftserfolg Auswirkungen haben oder die Unternehmensentwicklung beeinflussen. Das hat eine Arbeitsgruppe gemeinsam mit Experten untersucht. Wir wollen den Vorgang besser strukturieren als in der Vergangenheit. Aber die Themen liegen tatsächlich nah beieinander. Vermutlich kennen viele Unternehmen den Unterschied gar nicht.

Es gibt unterschiedliche Definitionen von CSR. Wie lautet Ihre?

Heidkamp: Früher hat man von gesellschaftlicher Verantwortung gesprochen. Gerade wir haben uns oft die Frage gestellt, worum es geht. Eine Antwort war, auch die Themen Ausbildung und Arbeitsbedingungen zu betrachten. Wie muss dieses Unternehmen in Zukunft agieren, um die richtigen Menschen nach Oldenburg zu holen? Man muss sehen, wie man ein Unternehmen in seinem Umfeld richtig aufstellt. Ein weiteres Themenfeld ist Anti-Korruption, Compliance. Dazu Dinge wie Kundenzufriedenheit, Informationssicherheit. Das sind für uns neue Schwerpunkte. All das führt dazu, dass man sich mit der Rolle des Unternehmens in der Umwelt und der Gesellschaft stärker auseinandersetzt.

CSR hat lange von Freiwilligkeit gelebt. Was ändert sich durch gesetzliche Regelungen?

Michael Heidkamp: Vordergründig könnte man sagen, es kostet Geld. Das ist aber nicht weit genug gedacht. Jedes Unternehmen muss sich heute mit seiner Rolle auseinandersetzen, wir sowieso. So erreicht man ein hohes Maß an Transparenz. Wie wichtig das ist, haben wir in den letzten Jahren gelernt. Es ist ein Fehler, sich dann, wenn vielleicht Margen im Vertrieb enger werden, nur auf den Vertrieb und auf finanzielle Dinge zu konzentrieren und andere aus den Augen zu verlieren. Wir brauchen die Balance. Weil wir gesetzlich gezwungen sind, uns darum zu kümmern, werden wir jedes Jahr wieder darauf hingewiesen. So wird etwas über die Zeit zum Standard. Ich empfinde das am Ende als Vorteil, da bin ich ganz ehrlich.

Bei EWE ist in den letzten Jahren – vorsichtig ausgedrückt – einiges schief gelaufen. Könnte das Thema CSR eines sein, mit dem sich auch das Image korrigieren lässt?

Heidkamp: Wenn man mit CSR versucht, sich grüner zu geben, als man ist oder sonstige Imagepolitik zu betreiben, macht man etwas falsch. Ich bin davon überzeugt, dass sich ein aufrichtiger Umgang mit den Stärken und Schwächen eines Unternehmens langfristig positiv auf die Reputation auswirkt. Wir beschäftigen uns daher mit diesen Themen, weil sie uns wichtig sind. Nur zu sagen, wir sind die Guten, weil wir uns um Umwelt oder Klimaschutz kümmern, wäre zu kurz gesprungen. Wir wollen ein glaubwürdiges Unternehmen sein und Vertrauen zurückgewinnen.

Das heißt konkret?

Heidkamp: Wir müssen uns inhaltlich mit unserer Zukunft auseinandersetzen und uns zum Beispiel fragen, wie eine strategische Personalplanung aussehen sollte. Wie attraktiv wollen wir als Arbeitgeber sein? Welchen Beitrag wollen wir zur Umwelt leisten? Wie wollen wir mit dem Thema Anti-Korruption umgehen? Wie sehen richtige Compliance-Systeme aus? Damit befassen wir uns.

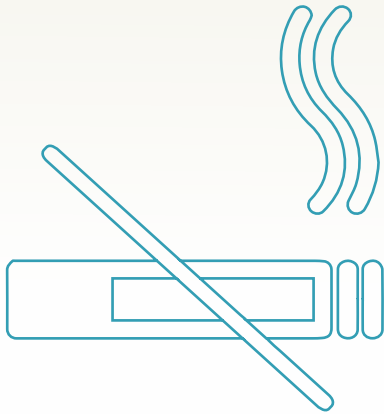
CSR soll auch nach außen wirken. Wie könnte das bei EWE aussehen?

Heidkamp: Wenn wir in ein paar Jahren durch die Fußgängerzone gehen und zehn Menschen fragen wollen, was sie mit EWE verbinden, dann müssten wir heute eigentlich sagen können, welche fünf bis sieben Begriffe fallen sollen. Wenn wir das hinbekommen, haben wir unseren Platz in der Gesellschaft gefunden.

Und, welche Begriffe würden Sie am liebsten hören?

Michael Heidkamp: (lacht) Dazu sage ich heute noch nichts. Daran sitzt ja unsere Arbeitsgruppe.

Okay, dann bis in ein paar Jahren.



Durch CSR kann außerdem ein verantwortungsvolles Markenimage authentisch vertreten werden. Und gesamtgesellschaftlich erhoffen sich Unternehmen durch Transparenz und Verantwortungsbewusstsein, eine „license to operate“ zu erhalten – die Legitimation der Gesellschaft.

Sensibilisierung und Arbeitnehmerattraktivität

Weniger die Legitimation als vielmehr die Sensibilisierung der Gesellschaft ist das Ziel der CSR-Maßnahmen, die die Stadt Oldenburg umsetzt – auch, wenn sie nicht unter dieser Bezeichnung laufen. Dabei weiß Frank Hinrichs ganz genau, dass er keine großen Veränderungen vorschreiben kann. Der Büroleiter des Oberbürgermeisters sieht ganz andere Chancen: „Wenn wir als Stadt etwas in diesen Bereichen tun, inspirieren wir vielleicht andere, über ihr eigenes Verhalten und ihre Möglichkeiten nachzudenken.“ Und das funktioniert auch im Kleinen: Sogar Pflastersteine können fair gehandelt werden – Zertifikate bestätigen dann etwa, dass es keine Kinderarbeit im Steinbruch gegeben hat. Aber auch in der Stadt selbst kann ganz direkt – und auch sichtbar – ein Zeichen gesetzt werden: „Wir haben seit Jahren den lokalen Agenda-Prozess in Oldenburg, über den etwa ein Becher für den Coffee to go entwickelt wurde. Das hat einen ganz praktischen Nutzen: Es fällt weniger Müll an und es bringt Unternehmen dazu (im Namen der Nachhaltigkeit) miteinander zu kooperieren.“ Ein weiteres Beispiel: Die klimafreundliche Dienstwagenflotte der Stadtverwaltung wurde vor einigen Monaten auf vier Kleinfahrzeuge mit Elektroantrieb aufgestockt. Auch so kann man Zeichen setzen. Das gilt ebenso für die Stadt als Arbeitgeber:

„Über unser Gesundheitsmanagement bieten wir viele Kurse und Aktivitäten an. Rund ein Drittel der Mitarbeiter nimmt das wahr“, sagt Volker Trautmann. Gesundheit, Familienfreundlichkeit, Inklusion und die Gleichstellung der Geschlechter – für den Leiter des Amtes für Personal- und Verwaltungsmanagement gehört all das zum verantwortungsvollen Handeln. Auch, um ein attraktiver Arbeitgeber zu sein.

Und im Handwerk? „Für mich ist dieses Thema noch nicht so geläufig, und in unseren Betrieb gibt es diesbezüglich noch keine Regeln“, sagt Boris Jersch, Malermeister aus Oldenburg. Auch wenn er selbst nicht von CSR spricht, ist dessen Kern – das verantwortungsvolle Handeln – in seinem Betrieb zu finden. So bekommen seine Beschäftigten eine Nichteinzelzimmerzulage von 40 Euro pro Monat als Anreiz. Arbeits- und Schutzkleidung sind Pflichtprogramm, darüber hinaus lässt er seine Mitarbeiter zu Ersthelfern ausbilden. „Damit sie bei einem Unfall ihren Kollegen helfen können.“ Eine Frauenquote gibt es in dem kleinen Familienbetrieb zwar nicht, aber Teilzeitarbeit und Elternzeit sind kein Problem. Bereits vor 15 Jahren erkannte Jersch, dass eine Lehre dabei helfen kann, Migranten leichter an die deutsche Gesellschaft zu gewöhnen. Als Arbeitgeber profitiert er ebenfalls: „Hilft man Menschen aus einer bestimmten Situation heraus, bekommt man eine Loyalität zurück, die länger hält, als es reine Bezahlung schaffen könnte. Und das ist mehr wert.“

Jersch's Aussagen bestätigen, was auch Karsten Hurrelmann in einer empirischen Studie herausfand. „Obwohl Verantwortung übernommen wird, laufen die Aktivitäten gerade im Mittelstand, der in Oldenburg stark vertreten ist, vielfach nicht unter dem CSR-Begriff, da er teilweise auch noch gar nicht dort angekommen ist.“ Häufig

überwiege eine intrinsische Motivation, ein innerer Antrieb – vielleicht auch aus der Unternehmens- oder Familientradition heraus. „Viele handeln nach dem Grundsatz ‚Tue Gutes und rede nicht darüber‘“, weiß der Experte.

Ist Corporate Social Responsibility also nur anständiges Verhalten mit schönem, neuen Namen? „Genau das ist die Kritik: dass CSR alter Wein in neuen Schläuchen ist“, weiß auch Hurrelmann. „Nur ist der Umfang der Verantwortungsdimensionen heute viel umfassender und endet nicht mehr vor dem Unternehmenstor oder den eigenen Stadtmauern wie zu Beginn der Industrialisierung.“ Doch CSR denke größer. Im kleinen Dorf wusste früher jeder so einigermaßen, was die Unternehmen machen, Gutes wie Schlechtes. Doch diese Verantwortlichkeit kann heute nicht mehr so leicht bestimmt werden: Globale Zuliefererketten und unterschiedliche Standards verschieben sie zunehmend – und auch das eigene Gefühl, verantwortlich zu sein. „So ermöglicht CSR, das systematisch zu fassen und auch darauf Antworten zu geben, inwieweit das Unternehmen im Sinne einer Verantwortungsübernahme einen Beitrag etwa auf die gesellschaftliche Herausforderung des Klimawandels gibt.“

CSR kann nicht von der Strategie des Unternehmens abgekoppelt werden. Die unternehmerische Verantwortung ist kein eigenständiger Zweig – sie durchzieht alle Geschäftsbereiche vom Einkauf über Produktion und Logistik bis zum Verkauf.

Damit ist CSR grundlegender Teil des unternehmerischen Selbstverständnisses. „Man tätigt nicht einfach irgendwo eine Spende, um gut dazustehen“, betont Hurrelmann. „CSR sollte individuell zum Handeln des jeweiligen Unternehmens passen und nicht zu einer Art Ablasshandel verkommen.“



Start-up-Zentrum

Rückenwind für die Gründerszene

Sechs neue Start-up-Zentren sollen in den kommenden Jahren in Niedersachsen entstehen – und Oldenburg ist dabei. Im Technologie- und Gründerzentrum (TGO) wird der Sitz des Zentrums sein, in dem vor allem junge Unternehmen aus den Bereichen Energie, Klimaschutz und Klimaanpassung sowie Gesundheitswirtschaft gefördert werden sollen.



Foto: redpixel/fotolia.com

Wer einen Platz im neuen Start-up-Zentrum haben möchte, kann sich ab Frühjahr 2018 bewerben.

Tragen sich Geschäftsideen, wie lässt sich der Betrieb organisieren, welche Kontakte sind wichtig? Mit Fragen wie diesen haben alle Gründer und Gründerinnen zu tun. Antworten sollen sie in Zukunft von erfahrenen Fachleuten bekommen. Im neuen „Start-up-Zentrum Oldenburg“ erhalten sie ein auf 120 Tage befristetes, intensives Coaching auf einen perfekten Markteintritt. Ziel sei es, so stellte der damalige niedersächsische Wirtschaftsminister Olaf Lies bei der Vorstellung der Pläne klar, „dass junge, kreative Köpfe bei uns im Land bleiben und aus guten Ideen erfolgreiche Unternehmen werden“. Mittelfristig ergebe sich die Chance, „dass das Start-up-Zentrum Oldenburg nach der Anlaufphase den Anspruch formuliert, der bundesweite Hotspot für technologieorientierte und innovative Gründungen in den Branchen Energie, Gesundheit/Medizin sowie Klimaschutz und Klimaanpassung zu sein“. Das Konzept wurde vom TGO in Zusammen-

arbeit mit der Wirtschaftsförderung der Stadt Oldenburg, dem Gründungs- und Innovationszentrum der Universität (GIZ) sowie der Oldenburgischen IHK vorgelegt. Es umfasst neben dem Coaching auch das Angebot auf die auf vier Monate angelegte kostenlose Nutzung von Räumen im TGO, den Zugang zu regionalen und branchenspezifischen Netzwerken und idealerweise auch frisches Kapital, um Ideen zu realisieren. Zu diesem Zweck werden schon im ersten Schritt Partner aus der Privatwirtschaft in das Projekt eingebunden, die als Mentoren und Mentorinnen zur Verfügung stehen und später möglicherweise auch Kapital investieren.

Zur Finanzierung steuert Niedersachsen 200.000 Euro Förderung bei. Die Stadt Oldenburg gibt 150.000 Euro dazu, weitere 25 Partner aus Wirtschaft und Wissenschaft haben ihre Unterstützung für das Start-up-Zentrum Oldenburg

zugesagt. Insgesamt werden für die sechs Zentren 2,15 Millionen Euro vom Land, von Kommunen, von Banken und von privaten Investoren zur Verfügung gestellt. Bei vielen Projekten werden zusätzliche private Mittel in Aussicht gestellt. Aufgrund des großen Engagements der Kommunen und der herausragenden Bewerberlage hatte das Land die Mittel für 2018 und 2019 noch einmal um insgesamt 400.000 Euro aufgestockt.

TGO-Geschäftsführer Jürgen Bath sieht in der Gründung des Zentrums die Möglichkeit, „die nächste Entwicklungsstufe des TGO“ einzuleiten. „Dieses Angebot ist einzigartig in der Region und führt hier sicherlich zu einer neuen Wertschöpfung.“ Davon geht auch Oldenburgs Oberbürgermeister Jürgen Krogmann aus. Er bekräftigt, „dass die Unterstützung für das Start-up-Zentrum uns zeigt, wie gut Oldenburgs Ruf als Standort für Neugründungen inzwischen ist“. Zudem, darin sind sich die Initiatoren einig, erfahre der hochschulnahe Standort Wechloy weitere Aufwertung. Lies zeigt sich darüber hinaus erfreut, „dass auch die Oldenburger Wirtschaft dieses wegweisende Projekt aktiv unterstützt“.

Kein Zufall ist die Wahl der Schwerpunkte. Lies sieht in Niedersachsen „das Land mit Energie“. Nicht nur er erhofft sich neue Impulse für „die entscheidenden nächsten Schritte“, etwa im Bereich der Speichertechnologien, der Digitalisierung der Energiewende sowie der Nutzung der erneuerbaren Energien für Mobilität, Wärme und industrielle Anwendungen. Teams, die daran mitwirken und gleich zu Beginn einen Platz im Start-up-Zentrum ergattern wollen, können sich ab dem kommenden Frühjahr um die Aufnahme bewerben und nach einem intensiven Auswahlprozess dann „durchstarten“.

Neuer berufsbegleitender Studiengang

Innovationsmanagement und Entrepreneurship

Innovationen und Unternehmertum sind zentrale Impuls- und Erfolgsfaktoren für die Weiterentwicklung und Gründung von Organisationen. Folglich gewinnen ein professionelles Innovationsmanagement sowie unternehmerisches Denken und Handeln zunehmend an Bedeutung. Gezielt und systematisch aneignen lassen sich entsprechende Kompetenzen durch den MBA-Studiengang Innovationsmanagement und Entrepreneurship am Center für lebenslanges Lernen (C3L) der Universität Oldenburg.

Der Studiengang richtet sich an Personen mit abgeschlossenem Hochschulstudium und Praxiserfahrung, die sich berufsbegleitend in den Bereichen Innovationsmanagement

und Entrepreneurship weiterbilden möchten. Die modulare Struktur des Masterprogramms ermöglicht ein Studium unter Berücksichtigung individueller Qualifizierungsbedarfe. Die Studienorganisation zeichnet sich durch das Zusammenspiel von selbstgesteuertem Lernen der Studierenden mit Präsenzphasen (2 x 2 Tage pro Modul) und webgestütztem kooperativen Lernen aus und schließt mit dem akademischen Grad „Master of Business Administration“ ab.

Weitere Informationen:

Christina Meyer-Truelsen,
Telefon: 0441 798-3111,
innovationsmanagement@uni-oldenburg.de

Gründer- und Innovationsberatung

Neu aufgestellt



Foto: Foto- und Bilderwerk

In der Wirtschaftsförderung der Stadt Oldenburg ist seit dem 1. November Kathrin Siemer die neue Ansprechpartnerin für den Bereich der Gründer- und Innovationsberatung. Zukünftig wird sie Gründerinnen und Gründer auf deren Weg in die Selbstständigkeit begleiten. Interessierte erhalten im Rahmen des Beratungsangebots der Wirtschaftsförderung umfassende Informationen zum Thema Gründung und Innovation sowie die Möglichkeit Fördermittel zu beantragen. Durch die enge Zusammenarbeit mit anderen regionalen Einrichtungen werden nicht nur wertvolle Informationen bereitgestellt sondern im Rahmen von Veranstaltungen wird auch bei der Vernetzung im Gründernetzwerk geholfen.

Weitere Informationen:

Kathrin Siemer,
Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg,
Telefon: 0441 235-2818,
kathrin.siemer@stadt-oldenburg.de



Foto: kasto/fotolia.com



Auf einen Kaffee mit ... *Rüdiger Förster*

Allen Stürmen getrotzt.

Die Unwetter der vergangenen Monate haben einen Beruf ins Gedächtnis zurückgeholt, ohne den das Leben in der Stadt nicht möglich wäre: den Dachdecker. Über die Herausforderungen der Branche äußert sich Rüdiger Förster, Kreishandwerksmeister und Obermeister der Dachdecker-Innung Oldenburg.



Herr Förster auf dem Dach

Rüdiger Förster ist Chef eines alteingesessenen Familienunternehmens in Osterburg. Seit 1982 führt er die 1927 gegründete Dachdeckerei Förster in dritter Generation. Der 64-Jährige ist zudem als Kreishandwerksmeister und Obermeister der Dachdecker-Innung Oldenburg tätig.

Frage: Herr Förster, wir haben einige heftige Herbststürme hinter uns. Sie hatten sicherlich gut zu tun, oder?

Rüdiger Förster: Ja, natürlich. Aber so einfach, wie Sie sich das vielleicht vorstellen, ist die Sache nicht. Solch ein Sturm bringt vieles durcheinander, auch unsere Planung. Wir leben ja nicht nur vom Tagesgeschäft. Am liebsten hätte aber jeder Anrufer seinen Schaden ganz schnell behoben, während unsere Kunden, für die wir sonst tätig sind, auf ihre Termine pochen. Wir bekommen das hin, müssen aber flexibel mit der Situation umgehen.

Kommen Sie dann mit Ihren Beschäftigten überhaupt aus?

Förster: Müssen wir ja. Zusätzliches qualifiziertes Personal ist schwierig. Man sollte sich von den letzten Stürmen aber auch nicht irritieren lassen. Früher gab es wesentliche stärkere, bei den flogen uns halbe Dächer um die Ohren. Weil in Deutschland bekanntlich alles ganz genau geregelt ist, haben wir sehr präzise Klammerungsverordnungen. In denen ist festgelegt, in welchen Regionen welche Dachziegel geklammert werden. Darüber hinaus sind die Unterkonstruktionen heute viel besser. Damit wird verhindert, dass der Wind die Ziegel angreifen und herausreißen kann. Meistens wurden die Ziegel weggesogen. Das lässt sich mit den Klammerungen inzwischen sehr gut verhindern.

Einmal abgesehen von der Tagesaktualität: Wie geht es der Dachdeckerbranche?

Förster: Zunächst möchte ich allgemein festhalten, dass es dem ganzen Handwerk recht gut geht. Aber es gibt selbstverständlich Probleme. Eines hat damit zu tun, dass der Meisterbrief als Voraussetzung für die Selbstständigkeit nicht mehr überall Pflicht ist. Ich habe den immer auch als Schutz für die Verbraucher gesehen. Der Brief zeigt, man hat es mit

Profis zu tun und kann eine vernünftige Arbeit erwarten. Bei den Fliesenlegern fehlt jetzt beispielsweise jede Kontrolle und die können mehr oder weniger machen, was sie wollen. Das ist keine gute Entwicklung.

Wie sieht es bei den Dachdeckern aus?

Förster: Bei uns gilt die Altgesellenregelung. Jemand, der über sechs Jahre Berufserfahrung verfügt, davon vier in einer leitenden Stellung, kann sich selbstständig machen. So steht es in der Handwerksordnung. Gesellen, die von dieser Regelung Gebrauch machen, sind sicherlich gut in ihrem Beruf. Sie haben ja auch schon auf dem Dach gearbeitet und beherrschen ihr Handwerk. Es hapert jedoch häufig an der Betriebsführung. Wie kalkuliere ich richtig, wie setze ich meine Mitarbeiter richtig ein, was ist beim Materialeinkauf zu beachten – mit diesen Themen haben sie sich bis dahin nicht beschäftigt und machen Fehler. Vielleicht sind sie in ihren Angeboten viel zu günstig, um einen Auftrag unbedingt zu kriegen. Am Ende verdient er dann kein Geld, sondern zahlt möglicherweise sogar noch drauf. Wir als Meisterbetriebe müssen uns aber nach diesen Preisen richten, denn die Kunden vergleichen die Kalkulationen und entscheiden sich häufig in Unkenntnis der Lage für das billigste Angebot.

Also müssen Sie auch mit den Preisen runtergehen, um konkurrenzfähig zu bleiben.

Förster: Richtig. Allerdings gibt es noch einen weiteren Punkt, den ich ansprechen möchte. Die Dachdeckerei ist ein Saisongeschäft. In den Herbst- und Wintermonaten haben wir nur wenig zu tun. Die Flachdächer sind dann sehr nass und müssen erst einmal getrocknet werden, bevor wir daran arbeiten können. Diese Zeit muss ich einkalkulieren, erst dann kann ich anfangen. Und wer sagt mir denn, dass nicht gleich der nächste Regenguss runterkommt? Oder im Auftragsbuch steht zwar ein Termin, aber das Wetter ist morgens so schlecht, dass wir gar nicht losfahren müssen. Ich sage es ganz deutlich: Auf solche Situationen muss ich vorbereitet sein. Viele Betriebe schaffen es jedoch nicht, sich in der Zeit, in der die Auftragslage gut ist, ein Polster anzulegen.

Eine große Sorge bei der Diskussion um die Osterweiterung der EU bestand darin, dass die billigen Handwerker aus Bulgarien oder Rumänien kommen und den deutschen die Arbeit streitig machen. Ist das für Sie relevant?

Förster: Nein, überhaupt nicht. Bei anderen Gewerken und vor allem auf Großbaustellen mag das ein Problem sein, bei uns hat sich da noch keine Konkurrenzsituation ergeben.

Thema Fachkräfte: Viele Handwerksbetriebe klagen, dass ihnen der Nachwuchs fehlt. Wie sieht das bei Ihnen aus?

Förster: Ich kann bislang keinen Mangel feststellen. Wir hatten immer Auszubildende, sogar richtig gute, die dann auch bei uns bleiben. Ich höre auch von Kollegen aus anderen Betrieben immer wieder, dass sie genügend Bewerbungen bekommen und auswählen können. Das klappt aber nur, wenn sie die Sache attraktiv machen. Wer heute von der Schule zu uns kommt, ist noch kein fertiger Mensch. Das darf man auch nicht erwarten. Bei den jungen Menschen haben wir auch so etwas wie einen Erziehungsauftrag.

Worauf achten Sie bei Bewerbern besonders?

Förster: Beim Zeugnis schaue ich zuerst auf die Fehlitage. Wenn einer zu oft unentschuldigt gefehlt hat, dann wird es schwierig mit ihm. Ich muss mich auf unsere Leute einfach verlassen können. Wichtig ist zudem das Sozialverhalten. Kann sich einer einordnen, lässt er sich auch mal was sagen? Und sieht er die Arbeit, die anliegt, oder muss man ihm alles vorkauen? Das kann ich am besten schon frühzeitig bei einem Praktikum erkennen. Ohne geht's bei uns nicht.

Sprechen wir hier eigentlich von einem typischen Männerberuf?

Förster: Nein, nicht mehr. Bei der letzten Freisprechungsfeier hat eine Dachdeckerin aus Apen als Beste abgeschnitten. In dieser Hinsicht hat sich in den letzten Jahren viel verändert. Und das ist gut so.

Herr Förster, vielen Dank für das Gespräch.

Netzwerk-Veranstaltung

Kontaktpunkt Wirtschaft

Rund 200 Gäste folgten Mitte November der Einladung der Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg zum 28. Kontaktpunkt Wirtschaft.

Als „großen Wachstumsmotor für unsere Stadt“ bezeichnete Oberbürgermeister Jürgen Krogmann die Universität Oldenburg, in deren Experimentierhōrsaal sich die Besucher dieses Mal trafen. Vor allem im Bereich der erneuerbaren Energien seien in den letzten Jahren Schwerpunkte gesetzt worden, „die Oldenburg nationale und internationale Anerkennung gebracht haben“.

Universitätspräsident Prof. Dr. Dr. Hans Michael Piper betonte in seinem Grußwort, welche modernen Studieneinrichtungen zuletzt gerade im Bereich Kūpkersweg entstanden sind. Im Anschluss machte Prof. Dr. Anke Hanft, Direktorin des „Centers für lebenslanges Lernen (C3L)“, deutlich, mit welchen neuen Studienmodellen die Hochschulen auf die Anforderungen des lebenslangen Lernens reagieren und welche Chancen sich für die Verzahnung

von Ausbildung, Fortbildung und Hochschulbildung ergeben. Professor Dr. Martin Kühn, ForWind-Vorstandsmitglied, referierte danach zum Thema „WindLab: Turbulenz- und Windenergiesystemforschung“. Das anschließende Netzwerken in den Rāumen von ForWind, dem Zentrum für Windenergieforschung, und die Besichtigung des Windkanals rundeten den gelungenen Abend ab.

Fotos: Thorsten Helmerichs



Gesundheitsmanagement

Boßelnde Belegschaft

Nur gesunde Beschäftigte machen ein Unternehmen dauerhaft wettbewerbsfähig. Prävention ist deshalb eine Aufgabe des Managements. Von der Gestaltung des Arbeitsumfelds bis zu Sportangeboten – was Betriebe für die Gesundheit ihrer Mitarbeiter tun können.



Das Angebot im Betriebssport ist breit gefächert.

Arbeiten bis zum Umfallen? Das nützt weder dem Arbeitgeber noch dem Beschäftigten. Erst recht vor dem Hintergrund eines künftig höheren Renteneintrittsalters. Waren Unternehmer früher vor allem misstrauisch, dass fitte Mitarbeiter krankfeiern, sorgt sich mancher Chef heute eher um eine verheimlichte Gesundheitsgefährdung. Wie bringt man die Belegschaft dazu, in Pausen und Freizeit wirklich abzuschalten, sich nicht krank ins Büro zu schleppen und einen sportlichen Ausgleich zum Job zu finden?

Laut dem diesjährigen Fehlzeiten-Report des AOK-Bundesverbands fehlte zuletzt jeder Beschäftigte im Schnitt knapp 20 Tage wegen einer Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung. Bei den Ursachen stiegen psychische Erkrankungen in den letzten Jahren konstant an. Hauptgründe für den gelben Schein bleiben jedoch Atemwegserkrankungen sowie Rücken- und Gelenkschmerzen, die meist auf die Arbeitstätigkeit zurückgeführt werden.

Das betriebliche Gesundheitsmanagement setzt oft bei arbeitsbedingten körperlichen Belastungen wie Rückenleiden an. Andere Betriebe wollen individuelle Kompetenzen zur Stressbewältigung vermitteln, Suchtmittelkonsum einschränken oder eine ausgewogene Ernährung erreichen. Auch die Arbeit im Unternehmen angesichts einer älter werdenden Belegschaft neu zu

organisieren oder eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu erreichen, ist ein Thema. Entscheidend ist der Bedarf der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Unternehmen.

Sie sollten von Beginn an ins betriebliche Gesundheitsmanagement eingebunden sein. In kleinen Unternehmen ist schnell ein Anfang gemacht, wenn der Chef sich bei Mitarbeitern nach Bedürfnissen und Problemen erkundigt. Bei größeren sollte der Kreis erweitert werden. Werden nach der Analyse geeignete Schritte zur Gesundheitsförderung definiert, sollten Firmen darauf achten, sich realistische und konkrete Ziele zu setzen. Unterstützung bieten neben spezialisierten Dienstleistern Krankenkassen, die zudem viele Leistungen finanzieren.

Auch die Unternehmenskultur wirkt sich auf die Gesundheit der Beschäftigten aus, stellt das Wissenschaftliche Institut der AOK (WIdO) fest. „Es gibt einen Zusammenhang zwischen der Art und Weise, wie Beschäftigte ihre Arbeit erleben, und ihrer Gesundheit“, sagt Helmut Schröder, stellvertretender Geschäftsführer des WIdO. „Jedes Unternehmen, egal welcher Branche, sollte dieses Wissen nutzen.“ Damit verringere sich das gesundheitliche Risiko für die Mitarbeiter, wovon auch die Firmen profitieren. Gerade Büroangestellte laufen

Gefahr, durch körperliche Unterforderung von Rückenschmerzen, Gelenkprobleme oder Stoffwechselstörungen geplagt zu werden. Am besten hilft Bewegung, für die in Oldenburg viele Betriebssportgruppen sorgen. Das Angebot reicht von Badminton und Bowling über Golf und Handball bis zu Squash und Volleyball. Eine Übersicht findet sich auf der Internetseite des Betriebssportverbandes Oldenburg: www.bsv-oldenburg-stadt.de. Viele Teams nehmen an überregionalen Turnieren teil. Im April etwa an den niedersächsischen Meisterschaften im Mannschaftsboßeln in und um Spohle. Unabhängig von der Platzierung: Für die Gesundheit der Belegschaft ist das Boßeln in bester Landluft in jedem Fall ein guter Wurf.

Einstieg in die betriebliche Gesundheitsförderung

Wer die Gesundheit seiner Belegschaft fördern will, wird von der BGF-Koordinierungsstelle unterstützt. Die kassenübergreifende Initiative bietet eine individuelle Beratung, telefonisch oder vor Ort. Das Angebot richtet sich an Betriebe aller Branchen und Größen. Kleine und mittelständische Unternehmen stehen im Fokus. Bei der Beratung werden zunächst Ausgangslage und Ziele geklärt und über die Umsetzung einer nachhaltigen betrieblichen Gesundheitsförderung informiert. Außerdem werden Fördermöglichkeiten externer Partner aufgezeigt und Empfehlungen zum weiteren Vorgehen gegeben.

Kontakt:

www.bgf-koordinierungsstelle.de

Weiterbildung

Weitsicht und Strategie

Produktivitätssteigerungen, technologischer Wandel, neue Kunden – nur einige Gründe, warum in Unternehmen zusätzliches Know-how gefordert sein kann. Über die Hälfte aller Betriebe in Deutschland hat im ersten Halbjahr 2016 die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter unterstützt. Und der Bedarf steigt.



Foto: contrastwerkstatt/fotolia.com

Für eine Weiterbildungsstrategie müssen Ziele und Wege, sie zu erreichen, definiert werden.

Zwei von drei Beschäftigten in Deutschland sind bereit, sich regelmäßig weiterzubilden. Doch an der Umsetzung hapert es oft. Die Unterstützung durch Unternehmen und Vorgesetzte sowie die allgemeine Lernkultur bewerten nicht einmal zehn Prozent mit „gut“ oder „sehr gut“. Dabei wirken attraktive Weiterbildungsmöglichkeiten doch weit über die reine und kurzfristige Wissensvermittlung hinaus. Sie verbessern das Image als Arbeitgeber, helfen Führungskräfte zu binden und neue Mitarbeiter durch positive Bewertungen zu gewinnen. Chancen, die in Zeiten des Fachkräftemangels genutzt werden sollten.

Häufig fehlt es in Unternehmen an einer Weiterbildungsstrategie. Für sie müssen Ziele ebenso definiert werden wie Wege, sie zu erreichen. Erst wenn hier Klarheit herrscht, sollte man sich mit konkreten Angeboten befassen. Doch Vorsicht: Der

Markt der Kurse, Seminare und Workshops ist ebenso groß wie unübersichtlich. Hier gilt es zunächst, sich einen Überblick zu verschaffen. Wer bietet was zu welchen Konditionen an?

Nicht vergessen werden sollten auch Möglichkeiten, firmenintern Kenntnisse und Fähigkeiten zu erweitern: Informationsveranstaltungen, Job-Rotation, Austauschprogramme und Studienbesuche sind nur einige davon. „Ein gelungenes Weiterbildungskonzept berücksichtigt Ziele und Bedarfe von Unternehmen und Mitarbeitern“, empfiehlt Karina Römerscheid, Weiterbildungsberaterin der Oldenburgischen IHK. Till Wagenknecht von der Bildungsberatung Oldenburg ergänzt: „Erst wenn es gelingt, das Eigeninteresse der Mitarbeiter zu wecken, ist nachhaltiges Lernen möglich. Gerade ältere Mitarbeiter dürfen sich dabei nicht überfordert fühlen.“

Steht das Konzept, können passende Weiterbildungen recherchiert werden. Während Umfang, Inhalte und Kosten gut vergleichbar sind, ist die Frage nach der Qualität von Angebot und Anbieter ungleich schwerer zu beantworten. Kriterien sollten u.a. sein: Transparenz, Gruppengrößen, Qualifikation der Lehrenden, Zertifikate und Teilnahme an Qualitätssicherungssystemen. Broschüren und Online-Wegweiser können Hilfe leisten, persönliche Beratungen vor Ort, am Telefon oder im Chat individuelle Lösungen ermöglichen. Gerade Chefs und Personaler kleiner und mittlerer Unternehmen, die anders als Großunternehmen oft nicht über Personalentwicklungskonzepte und feste Jahresbudgets verfügen, können davon profitieren.

Und nach der Weiterbildung? Karina Römerscheid empfiehlt, „die entstandenen Netzwerke zu nutzen“, wenn man von einer Weiterbildung im Unternehmen nachhaltig profitieren will. „Es lohnt sich, als Lerngruppe auch nach dem Abschluss in Kontakt zu bleiben.“ Im Unternehmen selbst kann beispielsweise die Anlage eines ‚Firmen-Wikis‘ dazu beitragen, dass auch andere Mitarbeiter von der Weiterbildung profitieren.

Weiterbildungsberatung der Oldenburgischen IHK

Karina Römerscheid,
Telefon: 0441 2220-423,
karina.roemerscheid@oldenburg.ihk.de

Bildungsberatungsstelle Oldenburg „Gewusst wo – Gewusst wie“

Till Wagenknecht,
Telefon: 0441 235-2963,
info@bildungsberatung-oldenburg.de

B2B-Messe

Promotiedagen 2017

Alljährlich Anfang November macht sich eine Karawane von Oldenburgern aus Wirtschaft und Wissenschaft Richtung Groningen auf den Weg.

Ziel ist eine Ausstellung, die mit vollem Namen „Promotiedagen voor het bedrijfsleven Noord Nederland“ heißt und zu den größten B2B-Messen der Niederlande zählt. In diesem Jahr gab es zum elften Mal einen Gemeinschaftsstand auf dem Oldenburg Plein, diesmal mit 13 Firmen und Institutionen.

Höhepunkt des ersten Messtages war der traditionelle Empfang der Stadt Oldenburg. Oberbürgermeister Jürgen Krogmann konnte zahlreiche Vertreterinnen und Vertreter aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Verwaltung beider Länder begrüßen. Krogmann lobte die Partnerschaft mit Groningen. „Bei den wichtigen Zukunftsthemen stehen wir alle vor ähnlichen Herausforderungen“, so der Oberbürgermeister. „Landesgrenzen spielen bei Themen wie Wirtschaft, Digitalisierung, Mobilität oder Nachhaltigkeit keine Rolle mehr. Durch die geografische Nähe zur Partnerstadt in den Niederlanden und die eingespielte, jahrelange Zusammenarbeit besteht viel Potenzial für gemeinsame Projekte.“



Fotos: Michael Stephan



E-Mobilität

Mit dem Elektro-Dienstrad zur Arbeit

Die E-Mobilität kommt nicht voran? Das gilt nur für strombetriebene Autos – in Oldenburg sind bereits tausende E-Bikes und Pedelecs unterwegs. Auch Unternehmen setzen verstärkt auf Diensträder. Und es entstehen neue Geschäftsmodelle rund um die E-Mobilität.

Mit dem Rad zur Arbeit fahren, das gehört für viele Oldenburger zum Alltag. Es hält fit und ist oft schneller, als sich mit dem Auto durch zähen Berufsverkehr zu quälen. Was dagegen spricht: Verschwitzt im Büro anzukommen. Seit man aber mit elektrischem Schub selbst in Regenklamotten schweißfrei unterwegs sein kann, lassen sich auch längere Strecken zur Arbeit gut mit dem Zweirad bewältigen.

Rund drei Millionen E-Bikes und Pedelecs rollen bereits auf deutschen Straßen. Rechnet man diesen Wert anhand der Einwohnerzahl auf Oldenburg um, wären hier rund 6.000 elektrisch unterstützte Fahrräder unterwegs, wegen des Nord-Süd-Gefälles wohl eher etwas weniger. Zum Vergleich: Anfang 2017 waren in der Stadt nicht einmal hundert Elektro-Autos zugelassen. Der Boom bei E-Rädern ist seit Jahren ungebrochen, 2016 verzeichnete der Zweirad-Industrie-Verband in der elektrischen Sparte erneut ein zweistelliges Wachstum. Für Zuwächse sorgt auch, dass nicht länger nur Dienstwagen privilegiert sind. Seit der Steuervorteil auch für Fahrräder gewährt wird, spendieren Arbeitgeber ihren Angestellten gern ein gesundheitsförderndes Elektro-Dienstrad.

Als die steuerliche Änderung vor fünf Jahren wirksam wurde, nutzte „Leasing eBike“ das zum Markteinstieg. Die Oldenburger, inzwischen auch mit mein-dienstrad.de aktiv, gehören nach eigenen Angaben zu den größten herstellerunabhängigen Anbietern für das Leasing von Firmenrädern, E-Bikes und Pedelecs. Die Firma unterstützt Arbeitgeber ebenso wie Angestellte beim Leasen von Dienstfahrrädern. Das Prinzip ist das gleiche wie beim Auto: Die Finanzierung erfolgt meist über eine Gehaltsumwandlung, was für die Beschäf-

tigten einen steuerlichen Vorteil bringt. Für die private Nutzung ist monatlich ein Prozent des Anschaffungswerts zu versteuern.

Manche Arbeitgeber tragen zudem die Leasingkosten. „Eine Gratifikation in Form eines schicken E-Bikes signalisiert auch Wertschätzung für die Mitarbeiter“, sagt Ronald Bankowsky, Geschäftsführer von mein-dienstrad.de. Der frühere Radrennfahrer erwartet ein starkes Anziehen der Nachfrage: „In den nächsten Jahren geht es steil bergauf.“ Schon jetzt liege die Zahl der Firmenkunden im vierstelligen Bereich. „Dabei wurden wir in den ersten Jahren noch belächelt.“ Das hat sich geändert. Und E-Bikes und Pedelecs sind ein Trend, der lange nicht zu Ende sein dürfte. Waren elektrisch angetriebene oder unterstützte Zweiräder bislang vor allem bei Älteren gefragt, entdecken zunehmend Jüngere das Elektrorad. „Man fährt damit längere Strecken und nimmt auch zu weiter entfernten Zielen das Rad“, hat Bankowsky beobachtet.

Während elektrische Zweiräder boomen, kommen E-Autos auch in Oldenburg nur mühsam aus der Nische. Immerhin finden Elektromobilisten zunehmend öffentliche Ladestationen: Gut 20 gibt es laut dem Portal GoingElectric im Stadtgebiet, im Umland sind es weitere 30 Strom-Tankstellen. Nur wenige Stationen ermöglichen allerdings das schnelle Laden. Zwischen Ems und Elbe bietet allein der Versorger EWE an gut 200 Säulen mehr als 400 Ladepunkte, bis Ende nächsten Jahres sollen es doppelt so viele sein. Auch in anderen Regionen muss man mittlerweile keine Angst mehr haben, mit leerem Akku liegen zu bleiben. Per App kann man sich zur nächsten freien Station führen lassen. Auch wenn das „Tanken“ von E-Autos meist

zu Hause oder während der Arbeit erfolgt, braucht es den Ausbau einer öffentlichen Lade-Infrastruktur. „Im Klimakonzept bekennt sich Oldenburg klar zur Elektromobilität“, sagt Wirtschaftsförderer Roland Hentschel. Deshalb werden Initiativen zur Aufstellung von Ladesäulen unterstützt, auch mit dem Freistellen von Flächen. Anfragen gebe es jedenfalls reichlich. Was bei der Infrastruktur für die E-Mobilität in Oldenburg bislang fehlt, ist eine Wasserstofftankstelle. Hier laufen Bemühungen,



das bald zu ändern. Immerhin gibt es in Bremen seit Ende Oktober eine erste Tankstelle für Brennstoffzellen-Fahrzeuge im Nordwesten. Weitere Stationen sind laut der Initiative H2-Mobility bei Osnabrück und Stuhr geplant.

Bei den Ladestationen für akkubetriebene E-Autos will EWE zusammen mit Kommunen, Supermärkten und Tankstellenbetreibern den Ausbau der Infrastruktur vorantreiben. Haushalten bietet das Unternehmen sogenannte Wallboxen zum schnellen Laden von Elektrofahrzeugen zuhause sowie Speicher für selbst erzeugten Solarstrom. Dieser lässt sich auch für das Auftanken des E-Fahrzeugs nutzen. Was dagegen noch Zukunftsmusik ist: Ans Netz gekoppelt, könnten Akkus der Elektroautos künftig überschüssigen Wind- und Sonnenstrom aufnehmen oder diesen zurückspeisen. Was es braucht, damit dieser Puffer funktioniert, wird bei EWE bereits seit einigen Jahren erforscht. Die Herausforderung: Die in Zukunft eine nennenswerte Zahl von Berufspendlern abends ihr Auto auflädt, darf das Strom-

netz nicht in die Knie gehen, sondern muss mittels intelligentem Lastmanagement gesteuert werden.

Einen deutlichen Schub bei E-Autos erwartet Dr. Jonas Lohmann, Leiter Mobilität bei EWE Vertrieb, etwa ab 2019, wenn mehr Fahrzeugmodelle auf dem Markt sind. „Die Unternehmen sind die Haupttreiber bei den E-Autos“, sagt Lohmann. Damit ergeben sich für Dienstleister neue Geschäftsmodelle. Denn für eine große Flotte brauche es nicht nur Strom, Ladekarte und Ladesäulen, erklärt der Mobilitätsexperte: „Wir sorgen auch für das Lastmanagement (aktive Steuerung des Stromverbrauchs), Batteriespeicher und zeigen über eine App freie Ladepunkte.“ So managt EWE etwa für den IT-Konzern SAP den elektrischen Fuhrpark. „Klassische Vertriebswege werden mit der Elektromobilität zunehmend in Frage gestellt“, erwartet Lohmann. Statt eines Autos könne man künftig die Dienstleistung kaufen, von A nach B zu kommen.

Neben EWE gibt es in Oldenburg weitere Firmen, die auf die zukunftssträchtige E-Mobilität setzen. Der Oldenburger Fahrradhersteller Cycle Union hat mit der eBike Manufaktur eigens einen Markenabteiler für Elektromobile etabliert. Und mit dem Elano gibt es sogar ein Elektroauto aus Oldenburg. Das in Kleinserie gefertigte Fahrzeug wurde auf der diesjährigen Hannover Messe präsentiert. Einen Überblick über derartige Initiativen will der Oldenburger Energiecluster OLEC demnächst mit einem Kompetenzatlas bieten. Darin sollen etwa regionale Pilotprojekte in Tourismus oder Hafenwirtschaft sowie Erfahrungen mit dem Flottenmanagement oder Carsharing vorgestellt werden. Der OLEC-Vorsitzende Roland Hentschel hofft, damit auch Widerstände bei Unternehmen abzubauen: „In vielen Firmen ist die Akzeptanz für die Elektromobilität noch nicht da.“ Bislang diene das Trend-Thema vor allem zur Imagepflege. Das komme laut Hentschel nicht nur bei Kunden gut an: „Wer seinen Mitarbeitern ein E-Bike oder E-Auto stellt, bindet damit natürlich auch Fachkräfte.“



Foto: baron mobility service gmbh

2016 verzeichnete der Zweirad-Industrie-Verband bei E-Bikes erneut ein zweistelliges Wachstum.



Wahmen

Ofen

Dietrichsfeld

Bürgerfelde

Nadorst

Donnerschwee

Aktuelle Bauvorhaben

Es wird gebaut ...

Fotos: Stadt Oldenburg



1 Schomaker Baugruppe

Auch in Eversten-West wird gebaut. Die Schomaker Immobilien GmbH investiert an der Nordseestraße in einen wertigen Neubau. Das Bauunternehmen der Baugruppe aus dem emsländischen Dörpen errichtet auf einer ca. 700 m² großen Mischgebietsfläche ein schlüsselfertiges Wohn- und Bürogebäude, in dem zukünftig ein neues Ingenieur- und Planungsbüro unter dem Namen Planfux GmbH+Co. KG die Arbeit aufnehmen wird. Es werden hier bis zu neun neue Arbeitsplätze entstehen.

2 Kisters AG

Die Kisters AG, eine internationale Unternehmensgruppe in den Bereichen Energiemanagement, Ressourcenmanagement, Umweltschutz/Sicherheit und IT-Lösungen mit Hauptsitz in Aachen, hat an der Haselriege eine ca. 1,4 ha großes Gewerbegrundstück mit Büro- und Lagerfläche erworben. Für die optimale Nutzung des Grundstücks wird ein Büroneubau mit Stellplätzen errichtet. Der aktuelle Standort am Stau, an dem derzeit 92 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten, wird dafür aufgegeben. Die neue Betriebsstätte schafft Möglichkeiten der personellen Erweiterung und dient der strategisch langfristigen Sicherung des Standorts Oldenburg.



3 Gebäudereinigung Wilhelm Kühne

Die Gebäudereinigung Wilhelm Kühne GmbH & Co. KG baut am Steinkamp eine neue Betriebsstätte. Gegenüber von Zahntechnik Töllner entsteht auf einer ca. 1.700 m² großen Gewerbefläche ein ansehnlicher Neubau mit Büro- und Lagerflächen. Mit dem Einzug in die neue Betriebsstätte wird der bisherige Standort an der Ofener Straße aufgegeben.

4 Pentz & Gerdes

Die Metallveredelung Pentz & Gerdes erweitert das Betriebsareal. Der zertifizierte Lieferant der Autoindustrie und des Maschinenbaus mit 120 Arbeitsplätzen baut eine neue Produktionshalle und ein neues Bürogebäude in der Gesamtgröße

von ca. 3.500 m². Hier soll eine Zink-Lamellen-Anlage betrieben werden, um den künftigen Anforderungen der Auftraggeber gerecht zu werden. Dazu werden langfristig 30 neue Arbeitsplätze geschaffen.

Kontakt:

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

Dennis Ostendorf
Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg
Telefon: 0441 235-3271
dennis.ostendorf@stadt-oldenburg.de

Barcamp

Digitalisierung – aber wie?

Egal, ob Hoffnungsträger oder Schreckgespenst: An der Digitalisierung kommt kein verantwortlich handelndes Unternehmen mehr vorbei. Darüber, wie sich der digitale Wandel konkret gestalten lässt und welche Chancen er bietet, lässt sich lange und intensiv diskutieren – zum Beispiel beim nächsten Barcamp in Oldenburg.

Der Blick auf die Einladung mag Menschen, die noch nie an einem Barcamp teilgenommen haben, verwundern. Statt der Nennung von Vorträgen und Referenten sind dort lediglich Zeitfenster, sogenannte Sessions, insgesamt 15 an der Zahl, aufgeführt. Und alle ohne ein konkret benanntes Thema. „Jeder ist Experte in seinem Fachgebiet“, erläutert Ina Lehnert-Jenisch von der Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg, einem der insgesamt sieben Veranstalter. „Und entsprechend bestimmen die Teilnehmer selbst Programm und Themen“. Was interessiert wird besprochen. Erste Vorschläge sind bereits eingegangen, weitere können folgen.

Zu bereden gibt es beim komplexen Thema Digitalisierung nämlich eine Menge. Wie etwa lassen sich Produktions- oder Geschäftsprozesse digitalisieren? Wer kann etwas zur Machbarkeit digitaler Umsetzungsideen sagen? Wie sieht es überhaupt mit der Vernetzung aus? Beim „Praxisforum Digitalisierung – Barcamp“

besteht die Möglichkeit, mit fachlich versierten Ansprechpartnern die Probleme zu erörtern und Lösungswege zu entdecken. Das ist für die Wirtschaft wichtig, denn die Digitalisierung ist kein Thema für einen Sommer, sondern wird althergebrachte und auch bewährte Prozesse in den meisten Unternehmen radikal verändern.

Die Teilnehmer verteilen sich auf kleinere und größere Gruppen. Geplant sind immer drei parallele Sessions. Zu jeder gehören ein Moderator und ein „digitaler Vordenker“. Das sehr offene Umfeld bietet die Gelegenheit, Problemstellungen gemeinsam zu betrachten und kreative Lösungswege sowie detaillierte Umsetzungsideen für jedes Unternehmen, eventuell auch in Partnerschaften, zu entwickeln. Das BarCamp findet am Dienstag, dem 13. Februar, 8.30 bis 17.30 Uhr, im EWE Forum Alte Fleiwa, statt. Die Teilnahme ist kostenlos.

Weitere Informationen:
www.ihk-oldenburg.de/event/161105189

Foto: skitterphoto/pixabay.de



Gut vorbereitet ins Barcamp.

Wirtschaftstag
 Oldenburg-Polen

Kontakte geknüpft

Polen zählt für deutsche Unternehmen zu den attraktivsten Wirtschaftsstandorten Mittel- und Osteuropas. Das zeigte sich auch beim 1. Wirtschaftstag Oldenburg-Polen.

Rund 140 Gäste von Unternehmen und Institutionen – darunter etwa 40 Unternehmensvertreter aus Polen – trafen sich Ende September auf Einladung der Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg in der LzO-Zentrale. Bereits vor der Tagung hatte ein Matching zwischen deutschen und polnischen Unternehmen stattgefunden, in dem konkrete Geschäftskontakte entstanden sind. Einige der polnischen Firmen waren mit konkreten Kooperationswünschen nach Oldenburg gereist. Unter anderem suchten sie nach deutschen Produzenten von Schaltanlagen und Auftragnehmern von Windpark-Projekten oder deutschen Möbelproduzenten und Firmen, die Möbel und Küchenstudios montieren.

Inzwischen hat der deutsch-polnische Austausch zu ersten konkreten Ergebnissen geführt. So berichtet beispielweise Lars Andresen, Geschäftsführer der Oldenburger Walter Schumacher GmbH, über den erfolgreichen Kontakt zur polnischen Möbelfirma NOTI: „Wir werden die polnischen Mustermöbel, die beim Wirtschaftstag gezeigt wurden, am Ende der Bemusterung bei uns in der Ausstellung platzieren. Darüber hinaus werden wir die NOTI-Kollektion unserem Verkaufsteam vorstellen. Wir sind guter Dinge!“

Insgesamt fällt das Fazit des Wirtschaftstags sehr positiv aus. Er hat nicht nur zu einer Verbesserung der wirtschaftlichen sondern auch der gesellschaftlichen Kontakte zwischen Oldenburg und Polen beigetragen.

Foto: Gunter Mengers



Vertrauen

„Hand drauf“ im Wirtschaftsleben

Gunter Mengers, Vorsitzender der Versammlung Eines Ehrbaren Kaufmanns zu Hamburg e.V. (VEEK) und Geschäftsführer der Gayen & Berns Homann GmbH, ist überzeugt: Anstand im Wirtschaftsleben kommt nie aus der Mode.

Frage: Herr Mengers, auf einen Handschlag konnte man früher bei Geschäften noch etwas geben, in Zeiten der Digitalisierung reicht er oft nicht. Wie gehen Unternehmen damit um?

Gunter Mengers: Der Handschlag gilt als Symbol für das Einhalten einer Zusage. Im übertragenen Sinne ist damit Verlässlichkeit gemeint. Insofern sollte eine Vereinbarung auch im digitalen Zeitalter Gültigkeit haben. Denn hinter dem digitalen Umgang steht immer (noch) ein Mensch.

Wie kann heute Vertrauen aufgebaut werden, insbesondere im Hinblick auf internationale Geschäfte?

Mengers: Wenn auch das Verständnis für Anstand international teilweise unterschiedlich definiert wird, so bleibt über die Grenzen hinweg immer das Grundempfinden, dass wertorientiertes Handeln, das etwa auf Zuverlässigkeit, Vertrauen und Ehrlichkeit basiert, eine hohe Bedeutung hat. Insofern kennt Anstand keine Grenzen!

Nicht alles Geschäftliche kann durch Gesetze geregelt werden. Woran sollte sich ein Unternehmer orientieren?

Mengers: Weil es zunehmend Unsicherheiten im Umgang mit Geschäftspartnern gibt, sind Verhaltensregeln erstellt worden wie Corporate Social Responsibility, Corporate Governance und Compliance-Richtlinien. Der damalige Kommissionsvorsitzende der Corporate Governance hat schon 2015 empfohlen: „Verhalten Sie sich wie ein ehrbarer Kaufmann.“ Für die VEEK ist das eine Anerkennung der festgelegten eigenen Grundsätze.

Und selbst – haben Sie sich auf Absprachen verlassen und sind enttäuscht worden?

Mengers: Natürlich gibt es auch Enttäuschungen, aber langfristig zählt das gegenseitige Vertrauen. Ist das einmal verspielt, wird es schwierig. Die Zuverlässigkeit eines Geschäftspartners ergibt sich im Normalfall aus der Erfahrung. Bei einem Mitglied der VEEK besteht die berechnete Hoffnung, dass es nach dem Leitbild unserer Vereinigung handelt. Auch wenn sich der Margendruck weiter erhöht und der Leistungsdruck dadurch weiter steigt, muss Anstand ein Grundprinzip bleiben und sich langfristig behaupten. Es wird nie altmodisch!

Schöne Feiertage!

Ein herzliches Dankeschön für das entgegengebrachte Vertrauen. Wir hoffen auch weiterhin auf eine gute Zusammenarbeit und wünschen Ihnen besinnliche Feiertage und einen guten Start in das neue Jahr.
Ihre Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg

Agenda

Oldenburger Wirtschaftstermine

OLEC-Neujahrs-Networking 2018

Wann: 12. Januar 2018, 9.30 bis 12 Uhr

Wo: Fürstensaal, Bahnhofplatz

Info: www.energiecluster.de

Sprechtage Cybersicherheit

Wann: 22. Januar 2018, 9 bis 17 Uhr

Wo: TGO, Marie-Curie-Straße 1

Info: Birgit Petruschka, Telefon: 0441 2220-301

32. Oldenburger Rohrleitungsforum

Wann: 7. bis 9. Februar 2018

Wo: Jade Hochschule

Info: www.iro-online.de

Praxisforum Digitalisierung – Barcamp

Wann: 13. Februar 2018, 8.30 bis 17.30 Uhr

Wo: EWE Forum Alte Fleiwa

Info: www.ihk-oldenburg.de/event/161105189

Herausgegeben von

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

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

Konzeption | Koordination: Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg, Fachdienst Standortmarketing · Titelmotiv: redpixel/fotolia.com

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