

STANDORT MEERBUSCH

GEGRÜNDET

Jörn Christiaens und sein Start-up „vollgepackt“ werten den Standort Meerbusch auf



DAS MAGAZIN DER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

GEGRÜNDET

accelerate_rkn
unterstützt Start-ups

Seite 8

GEFÖRDERT

So kann eine Förderung
durch Banken aussehen

Seite 22

ERFOLGREICH

Diese Unternehmen
haben sich etabliert

Seite 27



Keeping the world moving

In einer Welt des Wandels sorgen wir dafür, dass Lieferketten reibungslos funktionieren. Täglich bieten wir Supply-Chain-Lösungen für Tausende von Unternehmen – vom kleinen Familienbetrieb bis zum globalen Großkonzern.

www.dsv.com



Global Transport and Logistics



Etwa 2.000 Unternehmen und weitere 3.000 Gewerbetreibende prägen den Standort Meerbusch.



Foto: Stadt Meerbusch

Liebe LESERINNEN und LESER!

Die Meerbuscher Wirtschaftslandschaft zeichnet sich insbesondere durch einen breiten und ausgewogenen Branchenmix aus. Etwa 2.000 Unternehmen und weitere 3.000 Gewerbetreibende prägen den Standort Meerbusch. Darunter befinden sich natürlich auch einige Start-ups, die mit innovativen Ideen versuchen, ihr Geschäftsmodell zu skalieren.

In der aktuellen Ausgabe beleuchten wir daher das Thema Start-ups näher. Wir stellen Ihnen nicht nur junge Meerbuscher Unternehmen wie „vollgepackt“, Janado und Vennskap vor, sondern zeigen auch verschiedene Möglichkeiten auf, wie Neulinge am Markt Chancen besser nutzen und Herausforderungen meistern können. Neben einfach zugänglichen Förderprogrammen wie „rkn_accelerate“ des Rhein-Kreises Neuss stehen auch regionale Beratungsstellen wie das Startercenter NRW oder die Existenzgründerberatung der IHK Ratsuchenden zur Seite. Ergänzend dazu beraten die Banken zu passenden Krediten und Fördermitteln.

Neu am Standort begrüßen dürfen wir unter anderem das IT-Unternehmen Oraylis GmbH, das Mittelständler und Konzerne bei der Digitalisierung äußerst erfolgreich unterstützt. Sternekoch Anthony Sarpong hat kürzlich sein zweites Restaurant in Meerbusch eröffnet und verwöhnt seine Gäste mit kulinarischen Speisen.

Einen Grund zum Feiern hatten gleich drei Meerbuscher Traditionsunternehmen. Die Bäckerei Wieler GmbH feierte das 125-jährige Firmenjubiläum, die beiden Unternehmen Teepack Spezialmaschinen GmbH & Co. KG und Rhein-Getriebe GmbH feierten jeweils das 75-jährige Firmenjubiläum. Alle blicken auf eine erfolgreiche Unternehmensgeschichte zurück, werfen aber gleichzeitig auch den Blick in die Zukunft.

Herzliche Grüße

Stephan Benninghoven
Wirtschaftsförderer der Stadt Meerbusch

Inhalt



16



28



24

- 8** **Schwerpunktthema Start-up**
Wie junge Unternehmen in Meerbusch durchstarten und wie sie unterstützt werden
- 20** **Rat und Hilfe**
Wie die IHK Existenzgründer unterstützt
- 22** **Im Interview: Stephan Benninghoven**
Trotz Krisenstimmung ermutigende Impulse
- 24** **Neu am Standort**
Oraylis unterstützt Unternehmen bei der Digitalisierung
- 26** **Frischer Wind in Haus Meer**
- 27** **Erfolgreich in Meerbusch**
Teepack, Rhein-Getriebe und die Bäckerei Wieler feiern Jubiläum
- 34** **Service**
Ansprechpartner der Stadt Meerbusch für Unternehmen
- 35** **Impressum**

NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN gewinnt immer mehr an BEDEUTUNG

Drittes Netzwerktreffen der Wirtschaftsförderung zum Thema Nachhaltigkeit.

Dietmar Nick, Geschäftsführer Kyocera Document Solutions Deutschland GmbH



Markus Frieben, Leiter der Stabsstelle Nachhaltigkeit beim Fußballbundesligisten Borussia Mönchengladbach

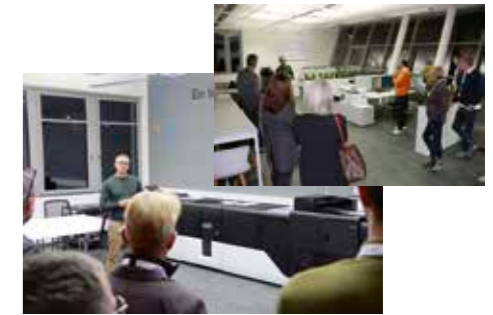
Das Thema Nachhaltigkeit stand bei der dritten Auflage der Netzwerkveranstaltung „Wirtschaft trifft“ im Fokus. Die städtische Wirtschaftsförderung hatte diesmal Unternehmerinnen und Unternehmer aus Meerbusch in die Räumlichkeiten des japanischen Konzerns Kyocera nach Osterath geladen. „Ein spannendes Thema, das immer mehr an Bedeutung gewinnt“, so Stephan Benninghoven, Wirtschaftsreferent der Stadt Meerbusch. „Für unseren Konzern ist die Thematik seit 60 Jahren Teil der Firmenphilosophie“, sagt Dietmar Nick, Geschäftsführer der in Meerbusch ansässigen Kyocera Document Solutions Deutschland GmbH. Seit 2007 ist das aus Kyoto stammende Unternehmen am Standort Meerbusch ansässig. Bereits beim Bau der Niederlassung wurde viel Wert auf Nachhaltigkeit gelegt. „Auch unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter schulen wir in diesem Bereich. Zudem setzen wir auf Bio-Produkte in unserer Kantine“, so Nick weiter. Wichtigstes Ziel: den CO₂-Fußabdruck jährlich um 15 Prozent zu senken. „Wir hier am Standort wer-



Anika Kleinert (Stadtmarketing), Dietmar Nick (Kyocera), Markus Frieben (Borussia Mönchengladbach) und Stephan Benninghoven (Wirtschaftsreferent Stadt Meerbusch)



Die zweite stellvertretende Bürgermeisterin Heidemarie Niegeloh (SPD) sowie Jürgen Peters (Ratsherr Grün-Alternativ) und Christof Behlen (Bündnis 90/ Die Grünen)



Rundgang der Teilnehmer von „Wirtschaft trifft“ durch das Experience Center bei Kyocera



Anika Kleinert (Stadtmarketing) und Florian Weerts (Weerts Pools & Spa)



Julia Gantenhammer (Gantenhammer Werbung und Design) und Sebastian Kröger (Inwerk GmbH)



David Weidemann (Inwerk GmbH) und Stephen Schienbein (Kyocera Document Solutions)



Immo Schulz (HIOC Personal- und Organisationsentwicklung), Lothar Dierkes (Culinarta GmbH) und Andreas Gantenhammer (Gantenhammer Werbung und Design)



Norman Jersch, Markus Frieben und Raphael Özelli (Borussia Mönchengladbach)



Anika Kleinert (Stadtmarketing), Werner Dambon (Softwert GmbH, CDU-Fraktionsvorsitzender), Oliver Knedel (Elektro Knedel GmbH) und Florian Weerts (Weerts Pools & Spa)

den wahrscheinlich in drei Jahren bei null Prozent ankommen. Konzernweit werden wir dieses Ziel bis 2030 erreichen.“ Doch wie gelingt das bei einem Unternehmen, das auf Drucken setzt? „Zugegeben, unsere Branche verbraucht viele Ressourcen. Wir versuchen, den Verbrauch so gering wie möglich zu halten, bieten beispielsweise einfache Lösungen, Druckerpatronen zu recyceln. Wir setzen aber insbesondere auf eine Neuoptimierung unseres Geschäftsbereichs – weg vom Druck, hin zu schneller Datenverarbeitung wie beispielsweise die Digitalisierung von Akten“, berichtet Dietmar Nick. Wie Kyocera diesen Spagat schafft, wurde den rund 50 Unternehmerinnen und Unternehmern im sogenannten Experience Center gezeigt – einer Art Showroom mit Produkten und exemplarischen Büroräumen. Wie das Thema Nachhaltigkeit auch über das eigene Unternehmen hinaus praktiziert werden kann, macht Markus Frieben, Leiter der Stabsstelle Nachhaltigkeit beim Fußballbundesligisten Borussia Mönchengladbach deutlich. Kyocera war von 2005 bis 2009 Hauptsponsor des Vereins – seit der Saison 2022/2023 als Premiumpartner. „Seit einigen Jahren haben wir eine eigene Stabsstelle Nachhal-

tigkeit bei der Borussia, für die kommende Saison hat die DFL für die Lizenzierung eine eigene Nachhaltigkeits-Richtlinie, an die sich die Bundesligavereine halten müssen“, so Frieben. „Wir haben als großer Fußballverein eine enorme Sichtbarkeit und Vorbildfunktion. Dadurch können wir unseren Teil zu nachhaltigem Handeln beitragen“. Beispielsweise gebe es Projekte zur Leseförderung, der Krebsvorsorge oder Inklusionsfußballturniere. Außerdem setze man mittlerweile auf Trikots aus vollständig recyceltem Polyester, Öko-Strom oder den Ausbau von Photovoltaik auf dem Stadiongelände. Was sowohl Borussia Mönchengladbach als auch Kyocera eint: Sie müssen – wie viele andere größere Unternehmen auch – eine neue EU-Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung umsetzen. So sind die Unternehmen verpflichtet, über die Auswirkungen des eigenen Geschäftsbetriebs auf Mensch und Umwelt zu berichten. Bei Borussia orientiere man sich am Standard „Nachhaltiger Wirtschaften“ des Zentrums für Nachhaltige Unternehmensführung. „Für viele Unternehmen rückt die Thematik – ähnlich wie im privaten Umfeld – mehr und mehr in den Fokus“, ergänzt Stephan Benninghoven. ●



Foto: Stadt Meerbusch

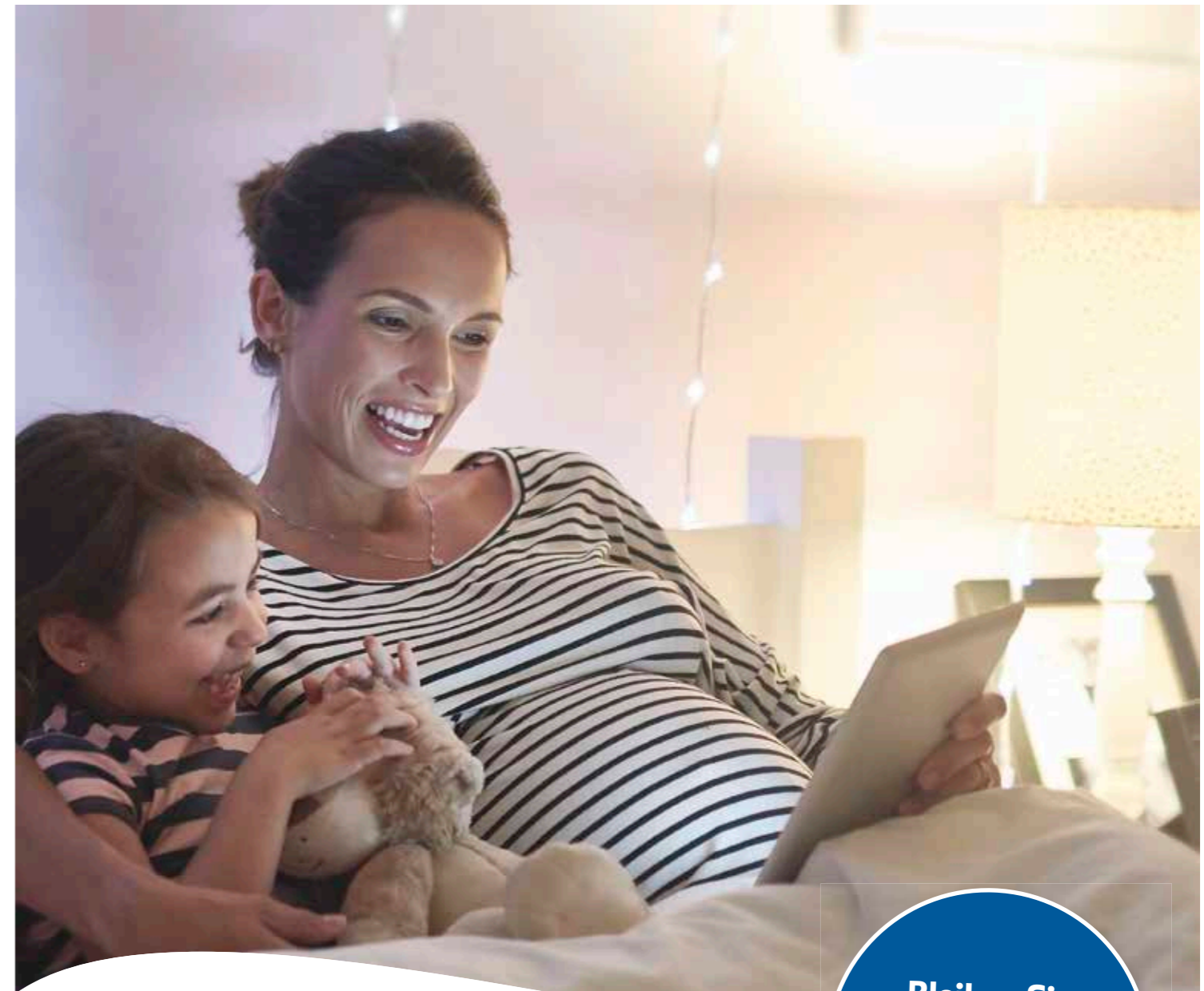
Mehr Aufenthaltsqualität in den Ortskernen

Anika Kleinert vom Stadtmarketing sowie Michael Betsch, Leiter Servicebereich Grünflächen und Markus Weidemann, Landschaftsarchitekt bei der Stadt Meerbusch (r.), zeigen sich zufrieden über die Aufwertung der Ortskerne durch das neue Stadtmobiliar.

Mit 18 modernen Bänken und Stehhockern ist die Dorfstraße in Büderich deutlich attraktiver geworden. Zusätzlich kann man dort nun auch an zwei Tischen in seiner Mittagspause gemütlich einen Snack zu sich nehmen. Auch in Oserath und Lank-Latum ist neues „Stadtmobiliar“ aufgestellt worden.

„Die Sitzmöbel aus nachhaltig produziertem, langlebigem Hartholz und Stahlfüßen sind so konzipiert, dass sie den Bedürfnissen aller

Generationen gerecht werden. Einer der beiden Tische auf der Dorfstraße kann beispielsweise auch von Rollstuhlfahrern genutzt werden“, erklärt Anika Kleinert vom Stadtmarketing. Für die Aufwertung der Ortskerne der drei größten Stadtteile hatte die Verwaltung Fördergelder aus dem „Sofortprogramm Innenstadt“ sowie der Landesinitiative „Zukunft. Innenstadt. Nordrhein-Westfalen“ der NRW-Landesregierung erhalten. ●



Bleiben Sie mit uns informiert
stadtwerke-meerbusch.de/aktuelles

rundumversorgt meine stm-momente

Wir sind auch in herausfordernden Zeiten zuverlässig für jeden Ihrer Momente da – kompetent, regional und sympathisch.

stadtwerke-meerbusch.de



Mikado

asiatische Spezialitäten

Täglich all you can eat menu

Restaurant





- * große Terrasse
- * Angenehme Atmosphäre
- * Räumlichkeiten für Ihre Feiern jeglicher Anlässe
- * Parkmöglichkeiten direkt vor dem Haus

Offnungszeiten: Di. - Fr. 12:00 - 15:00 & 17:00-22:00
 Sa., So. & Feiertage 12:00-22:00 - Montag Ruhetag

Für Ihre Reservierungen:
Tel: 02159 698 76 88
booking@mikado-meerbusch.de

www.mikado-meerbusch.de
 Meerbuscher Straße 223 - 40670 Meerbusch




Meerbusch hat für Gründer Standortvorteile

DAS INTERVIEW FÜHRTE
FELIX FÖRSTER

”

Mit dem Förderprogramm „accelerate_rkn“ unterstützt der Rhein-Kreis Neuss Gründerinnen und Gründer bei der Umsetzung ihrer innovativen Geschäftsidee. Den Start-ups mit den besten Ideen winken Sach- und Dienstleistungen im Wert von bis zu 25.000 Euro.



Foto: Felix Förster

Dominik Hintzen (links) und Martin Stiller sind für die Gründer da.

Dominik Hintzen von der Wirtschaftsförderung des Kreises Neuss ist als Projektmanager für das Programm „accelerate_rkn“ zuständig. Er und Dezernent Martin Stiller stellen die Idee hinter dem Programm vor, mit dem Start-ups begleitet werden.

Wer kann sich bei Ihnen bewerben?

Dominik Hintzen: Antragsberechtigt sind Einzelgründer oder Gründerteams, die in die Kategorie der „Early-stage Start-ups“ eingeordnet werden können. Das heißt, es muss eine Gründungsidee vorhanden sein, die maximal den Prototypen-Status erreicht haben darf. Zudem sollten die Gründer die Intention haben, ihr Unternehmen im Rhein-Kreis Neuss zu gründen - oder sie sollten es bereits hier bei uns gegründet haben.

Wie ist der Bewerbungsprozess strukturiert?

Dominik Hintzen: Die Anträge auf Förderung müssen zusammen mit einem sogenannten „Pitch Deck“ an die Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Rhein-Kreises geschickt werden. Das muss jeweils bis zum 31. April und bis zum 30. November eines jeden Jahres geschehen. Das „Pitch Deck“ ist eine Präsentation, in der die wesentlichen Grundzüge der Gründungsidee dargestellt sind. Nach Eingang der Antragsunterlagen erfolgt eine Vorauswahl. Die Bewerber, die weiterhin ins Programm passen, werden zu einer Jurysitzung mit „Pitch“ eingeladen. Die Bewertung der Pitches erfolgt anhand eines festen Punktesystems.

Wie kam es dazu, dass dieses Programm gestartet wurde?

Dominik Hintzen: Ein Grund für uns war, dass bisher relativ viele Gründer aus dem Rhein-Kreis Neuss abgewandert sind - sei es nach Köln, nach Düsseldorf, Mönchengladbach oder Aachen. Bei „accelerate_rkn“ kooperieren wir zudem eng mit dem „Digihub“ in Düsseldorf. Der „Digihub“ hat sich zum Ziel gesetzt, Innovationen in der Wirtschaftsregion Düsseldorf/Rheinland zu stärken und die Digitalisierung voranzutreiben. Durch die Kooperation können wir Gründer noch gezielter bei uns binden. Wenn Neustarter aus dem Rhein-Kreis Neuss woanders ihre Unternehmen gründen - solche Fälle gibt es durchaus - ist das schade. Deshalb haben wir das Programm vor gut zwei Jahren für unseren Standort entwickelt.

Martin Stiller: Was bei uns nachwächst, muss man unterstützen. Wir haben hier eine sehr heterogene Wirtschaftslandschaft. Das ist ein riesiges Pfund, denn wir haben hier keine „Monokultur“

wie es sie teilweise in anderen Regionen gibt. In Baden-Württemberg zum Beispiel dominieren gerade um Stuttgart herum die Automobil-Zulieferer. Mit dem E-Auto hat diese Branche nun einen riesigen Strukturwandel vor sich. Ich habe im vergangenen Herbst den Stand des Landes Baden-Württemberg auf der EXPO Real besucht. Die Verantwortlichen dort haben große Sorgen, was den Strukturwandel angeht. Wir haben hier im Rhein-Kreis Neuss einen sehr guten Branchenmix - nichtsdestotrotz müssen auch wir uns mit dem Strukturwandel auseinandersetzen. Wir müssen darauf achten, dass in allen Branchen zarte Pflänzchen nachwachsen können. Wichtig ist auch, die jungen Leute wirtschaftlich zu begeistern.

Gibt es Gewerbe, die besonders gefragt sind?

Dominik Hintzen: Die Ideen sind sehr vielfältig, einen besonderen Branchen-Fokus gibt es nicht. Momentan sind allerdings die Themen „Nachhaltigkeit“ und „Energie“ sehr im Vordergrund.

Was bedeutet das konkret?

Dominik Hintzen: Zum einen ist das Thema Energieerzeugung immer noch spannend. Zum anderen hat die Energiespeicherung an Bedeutung gewonnen. Die Nachfrage ist da, und wir finden diese Themen auch in den Portfolios vieler Investoren wieder.

Martin Stiller: Ganz aktuell haben wir einen Kandidaten mit einem sehr interessanten Thema: Er entwickelt Heizteppiche. Diese Teppiche schaffen Wärme-Inseln in der Wohnung. Energie wird nur für den Bereich abgerufen, in dem man sich gerade befindet. So kann man konkret Heizenergie sparen. Beispiele wie dieses zeigen, dass die Ideen auch recht einfach sein können. Wir sagen dann: „Denen geben wir mal eine Chance.“ Wir dürfen nicht vergessen, dass wir in Deutschland momentan ein negatives Wachstum haben und die Wirtschaftsleistung zurückgeht. Das spüren natürlich auch die Start-ups massiv. Gründer haben, was das private Invest angeht, riesenprobleme. Wir erleben aktuell keine gute Zeit für Start-ups, und gerade deswegen sind wir auch so gefragt, relativ unbürokratisch ein sehr leicht abrufbares Start-up-Programm anzubieten.



Foto: Rhein-Kreis Neuss

Bei den sogenannten „Pitches“ können die Gründer ihre Ideen vorstellen.

Welche Gedanken stecken dahinter?

Martin Stiller: Früher war es vergleichsweise einfacher, eine Frühphasen-Finanzierung von Investoren zu erhalten. Wir sind eine gute Anlaufadresse, weil unser Programm relativ unbürokratisch ist. Die Interessenten bekommen von Herrn Hintzen schnell eine Antwort, ein Feedback. Und auch danach wird man gut begleitet. Das heißt, man füllt da jetzt nicht erst einmal 20 Seiten Anträge aus, man muss auch nicht direkt fünf Leute einstellen, damit die ganze Bürokratie bewältigt werden kann. Wir bieten ein schnelles und schnittiges Programm, das auch jungen Start-ups helfen kann.

Dominik Hintzen: Was das Finanzielle anbelangt, gab es durch Corona auch eine Zäsur. Vorher war es eigentlich kein großes Problem, Gelder zu generieren. Doch durch Corona und die Zinswende ist das um einiges schwieriger geworden. Durch die Krisen hat sich die Investoren-Suche erschwert. Deshalb fördern wir sehr früh in der Ideen-Phase, möchten aber auch wirklich sehen, was sich lohnt. Diese Start-ups bekommen dann weitere Förderhilfen.

Wie sind aktuell die Erfolgsquoten?

Dominik Hintzen: Wir hatten in unserem Programm innerhalb von zwei Jahren vier Förderrunden mit insgesamt 19 Teams. Nur zwei davon sind nicht mehr mit dabei, das ist eine gute Quote. Normalerweise sagt man, dass innerhalb der ersten Jahre fast 90 Prozent der Teilnehmer aufgeben. Wir haben - ohne Namen zu nennen - drei Teams gehabt, die bei der Fernsehshow „Die Höhle der Löwen“ mitgewirkt haben. Zudem haben mehrere Teams Investments bekommen. Das ist eine sehr ordentliche Quote.

Was unterscheidet die Start-ups denn vom klassischen Mittelstand?

Dominik Hintzen: Der größte Unterschied ist, dass ein Mittelständler ein Geschäftsmodell hat, das validiert ist, das seit Jahren und Jahrzehnten funktioniert. Man hat die Erfahrung im Team, man hat die Finanzkraft. Ein Start-up hingegen testet ein komplett neues Produkt, ein neues Geschäftsmodell, das sich erst einmal etablieren muss. Das Team hat anfangs keine eigenen finanziellen Mittel, von daher sind hier die Grundvoraussetzungen komplett anders.

Martin Stiller: Das war für mich am Anfang auch eine Frage, die mich umgetrieben hat. Wir haben ja das Starter-Center. Bei Herrn Hintzen geht es um Neuerungen, um Innovationen. Ein Beispiel: Wir hatten einen Unternehmer hier, der Pianos baut und sie von Meerbusch aus verkauft. Während seiner langjährigen Erfahrung bei der Arbeit mit Musikinstrumenten hat er ein patentiertes Beschichtungsverfahren entwickelt. Daraus möchte er im Rahmen von „accelerate_rkn“ ein Geschäftsmodell und ein eigenes Unternehmen machen. Er hat im Grunde genommen eine komplett neue Idee geschaffen, er hat das „Produkt Lack“ völlig neu gedacht. Das hat einen Charakter, etwas Neues zu schaffen, etwas Kreatives. In der Gründungsberatung können Sie allerdings auch einen neuen Kiosk anmelden oder ein Nagellackstudio aufmachen. Auch das sind Dinge, die wichtig und gut sind. Deshalb beraten wir auch hier und klären gemeinsam die grundlegenden Fragen: Wie baut man so ein Business auf? Was muss man beachten, wie bekommt man ein Darlehen von der Bank, wie ist das rechtlich aufzuziehen? Aber hier sind das Modell und die Geschäftsidee bekannt, wir helfen den Gründern auf die Sprünge. Das ist ein grundlegender Unterschied: Das eine ist bekannt und vertraut, das andere völlig neu.

Wie sieht denn die Situation in Meerbusch aus? Gibt es durch das Areal Böhler einen Standortvorteil?

Dominik Hintzen: Die Teams sind tatsächlich ziemlich gleichmäßig im Kreis verteilt, wobei Neuss und Meerbusch ein wenig die Nase vorn haben. Meerbusch hat natürlich auch durch die Nähe zu Düsseldorf, zum Flughafen einen Vorteil. Daher ist es attraktiv, sich dort anzusiedeln.

Martin Stiller: Das Areal Böhler mit seinem „Global Entrepreneurship Centre“ ist ideal für Treffen und Events. Unabhängig von unserer Förderung ist das Areal Böhler für junge Unternehmen sehr attraktiv. Da ist was los, da entwickelt sich etwas, da ist ein Spirit zu spüren, da ist man unter seinesgleichen. Wenn Sie sich allein das „Rheinriff“ anschauen, das ist der Wahnsinn. Aber so was brauchst du. Da passiert was, das ist eine attraktive Lage.



Dominik Hintzen und Martin Stiller begleiten die Kandidaten.

Foto: Rhein-Kreis Neuss

Wer kommt denn überhaupt als „Kunde“ zu Ihnen - sind das Studenten, jüngere oder auch ältere?

Dominik Hintzen: In der Regel sind die Gründer, die zu uns kommen, schon noch relativ jung. Die meisten sind zwischen 20 und 30 Jahre alt. Aktuell haben wir aber auch ein Team dabei, das im Rahmen eines Schüler-Wettbewerbs positiv aufgefallen ist. Aber es haben auch schon wesentlich ältere Kandidaten, die sich im (Un-)Ruhestand befanden, an unserem Programm teilgenommen. Die Frage ist natürlich auch, wann gründet man etwas? Ist man jünger, ist das Risiko geringer, man hat noch keine Familie, kann sich noch ausprobieren.

Martin Stiller: Ich glaube, dass wir hier als Wirtschaftsförderung einen Schwerpunkt setzen können. Wir wollen das Thema „Entrepreneurship“ auch in die Schulen bringen, um schon dort für eine Art Gründerspirit zu sorgen. Beispielsweise könnten sich Schulklassen in einer Art „Start-up-School“ ausprobieren und dazu ein kleines Budget von 1000 Euro erhalten. Die Schüler könnten vor dem Hintergrund, sich selbstständig zu machen, eigene Ideen entwickeln. Wir möchten uns mit einem Gründerwettbewerb und einer „Start-up-School“ auch in diese Richtung öffnen. Wenn dann tatsächlich eine Idee bei Herrn Hintzen in die Förderung kommt, wäre das schon klasse.

Auf welche Herausforderungen müssen sich die Kandidaten einstellen?

Dominik Hintzen: Geduld ist wichtig. Es dauert immer länger als man erwartet. Es geht ja darum, ein komplett neues Produkt auf den Markt zu bringen. Ebenso wichtig ist der gute alte Fleiß. Viele Kandidaten fangen damit an, ihr Projekt nebenher zu planen. Doch irgendwann kommt dann der Punkt, wo man Risiko gehen und es in Vollzeit organisieren muss. „Nebenher gründen“ klappt nicht, eine Gründung sollte schon Hauptaufgabe sein. Da gibt es schon auch manchmal die falsche Erwartungshaltung.

Das merken Sie aber relativ schnell in den Gesprächen, oder?

Dominik Hintzen: Bei der Auswahl der Kandidaten müssen wir vor allem realistisch einschätzen, wie engagiert das Team tatsächlich ist.

Martin Stiller: An der Idee kann man noch etwas ändern, an der grundsätzlichen Einstellung jedoch nicht. Wir wollen den Spirit, die Geisteshaltung nach vorne bringen. Im Findungsprozess kann später noch nachjustiert werden. ●

GRÜNDUNGS- und START-UP- FÖRDERUNG

Die Wirtschaftsförderung arbeitet im Rahmen der Innovationskreisstrategie aktiv an der Vernetzung der unterschiedlichen Akteure der Start-up-Szene im Rhein-Kreis Neuss. Mit einer innovativen Geschäftsidee sein eigenes Start-up gründen, den Schritt in die klassische Existenzgründung wagen, als Nachfolger ein bestehendes Unternehmen übernehmen oder die Möglichkeit eines Franchise-Systems nutzen – Unternehmensgründung hat viele Facetten.

Die Wirtschaftsförderung des Rhein-Kreises Neuss unterstützt alle Formen der Existenzgründung mit einem breiten Angebot.

Das STARTERCENTER NRW im Rhein-Kreis Neuss ist eins von insgesamt 75 Startercentern in NRW, das bei allen Fragen rund um die Selbstständigkeit kostenlose Unterstützung anbietet. Es ist die Basis der Gründeroffensive im Rhein-Kreis, die mit seinem Start im Jahre 2008 sukzessive ausgebaut wurde.

Ein wesentliches Element der Unterstützungsstruktur für Gründerinnen und Gründer ist das Gründerstipendium NRW, das im Jahre 2018 durch das Land NRW ins Leben gerufen wurde. Das STARTERCENTER NRW war eins der ersten in der Region, das hierfür akkreditiert wurde.

Im Rahmen der Innovationskreisstrategie unterstützt die Wirtschaftsförderung des Rhein-Kreises Neuss seit Sommer 2021 mit dem Acceleratorprogramm junge und innovative Start-ups aus dem Rhein-Kreis Neuss bei der Entwicklung ihrer Idee und ihres Geschäftsmodells.

Ein weiterer wichtiger Bestandteil der Gründeroffensive ist der digihub, in dem der Rhein-Kreis Neuss seit 2016 Mitgesellschafter ist. Hieraus ist das Förderprogramm ignition digihub für den Start von digitalen Start-ups hervorgegangen.

Ein weiterer zentraler Baustein der Gründer-Förderung ist das Projekt Global Entrepreneurship Centre. Auf dem Areal Böhler in Meerbusch ist ein Innovationszentrum entstanden, das stetig wächst.



NACHHALTIGKEIT trifft WIRTSCHAFT- LICHKEIT

Janado bereitet ungenutzte IT-Elektronik wieder auf.

Texte: REGINA GOLDLÜCKE



Foto: Alois Müller

Wir glauben an die Kraft der Kreislaufwirtschaft.

JAN RUBINSKI

Das Team von Janado füllt den abstrakten Begriff der Nachhaltigkeit mit Leben.

Mit der täglich wachsenden Digitalisierung und dem steigenden Einsatz neuer Technologien erhöhen sich auch die Berge von ausrangierten Computern, Tablets und Notebooks. Sie landen zwangsläufig auf dem Elektroschrott. Dabei ist es durchaus möglich, diese Geräte zur weiteren Nutzung wiederaufzubereiten. Wie effektiv und perfekt das funktioniert, macht die 2016 gegründete Janado GmbH vor. Das auf dem Areal Böhler ansässige Unternehmen hat sich eine Vorreiterrolle im Kampf gegen die Verschwendung von Ressourcen erobert und den Lebenszyklus von Produkten erweitert. Die Verbraucher sollten keine Angst vor generalüberholten Geräten haben, heißt es, sie seien zumindest gleichwertig und manchmal sogar besser als neue Ware.

Mit diesem Geschäftsmodell hat sich Janado als erfolgreicher Teilnehmer der sogenannten Refurbished-Branche etabliert. „Wir glauben an die Kraft der Kreislaufwirtschaft und die Schaffung eines nachhaltigen Technologie-marktes, der den Bedürfnissen unserer Kunden gerecht wird, ohne die Umwelt zu belasten“, verdeutlicht Jan Rubinski, Gründer und CEO von Janado. Anstatt ungenutzte oder veraltete Geräte zu entsorgen, werden sie professionell aufbereitet, daten gelöscht und

für den Wiederverkauf fit gemacht. Dieser Prozess schont Ressourcen, reduziert den CO₂-Ausstoß und bietet Unternehmen die Möglichkeit, auf das gesamte refurbished IT-Equipment zurückzugreifen. „Unsere Mission ist es, einen nachhaltigen und positiven Beitrag für Umwelt und Gesellschaft zu leisten“, sagt Jan Rubinski. Dass dieser Vorsatz weit mehr ist als eine Vision, hat er eindrucksvoll bewiesen. In den ersten zwei Jahren nach Gründung stellte Janado mehr Mitarbeiter ein. Um das Wachstum weiter anzukurbeln, wurde 2022 ein Relaunch des Online-Shops vollzogen. Janado holte 60 weitere Mitarbeiter an Bord und wechselte den Standort. Der moderne „Circular Hub“ auf dem Areal Böhler hat eine Fläche von über 1.000 Quadratmetern. Heute ist das einstige Start-up-Unternehmen mit monatlich über 20.000 durchlaufenden Artikeln einer der größten Händler im deutschsprachigen Raum für den Bereich „Refurbished Premium Consumer Electronics“. Janado kümmert sich um den gesamten Remarketing-Verlauf. Das beginnt mit der Kontaktaufnahme und einer kompetenten Beratung. Die IT-Geräte werden abgeholt und sicher zu den Aufbereitungs-Einrichtungen transportiert. Dort durchlaufen die sensiblen Daten eine zertifizierte Vernichtung. Sind sie zuverlässig gelöscht, beginnt das

High-End-Refurbishment. Experten bereiten die Geräte so auf, dass Leistung und Optik auf höchstem Niveau wiederhergestellt werden. Danach werden sie erneut in den Lebenszyklus eingereiht. Jan Rubinskis Zukunftsperspektive fällt optimistisch aus: „Die Nachfrage nach Gebrauchsgütern im Technologie-Sektor ist in den vergangenen Jahren stark gestiegen, weil das Bewusstsein für Nachhaltigkeit immer ausgeprägter wird. Wir wollen das Image von B-Ware durch Top-Qualität auf ein neues Level heben.“ Denn kostengünstiger als der Kauf von Neuware ist dieses Verfahren allemal. ●

Firma Janado GmbH

Branche Refurbished-Branche
Aufbereitung von IT-Elektronik

Geschäftsführung Jan Rubinski

Mitarbeiter über 70

Kontakt
Janado GmbH
Böhlerstraße 1, Gebäude 37
40667 Meerbusch
0211 97532701
service@janado.de

www.janado.de



Fotos: Vennskap

MIT SKOTTI auf ERFOLGSKURS

Der Skotti-Grill kann leicht transportiert werden.



Selbst auf einen Roller passt der Grill.

Wir wollten einen Grill, der sich gut transportieren lässt.

CHRISTIAN BATTEL

Der erste steckbare Gasgrill der Welt kommt aus Meerbusch.

Skotti. Der Name klingt verspielt, fast niedlich. Doch dahinter verbirgt sich ein starkes Stück modernster Technologie. Der erste steckbare Gasgrill der Welt wurde 2018 von Christian Battel erfunden und auf den Markt gebracht. Als Sportler, Angler und Naturbursche suchte er schon lange nach einem Grill, der sich gut transportieren lässt. Auf dem Markt ließ sich keiner aufspüren, also tüftelte der Fitness- und Gesundheitsunternehmer selbst ein mobiles, handliches Gerät aus.

Mit dieser Innovation hat sich das Meerbuscher Start-up-Unternehmen Vennskap GmbH & Co.KG auch international einen Namen gemacht. 2022 wurde es dazu ausgewählt, am Market Access Programm U.S. des German Accelerator teilzunehmen. Diese Organisation unterstützt die vielversprechendsten deutschen Start-ups bei ihrer Expansion in die USA und nach Asien. „Eine großartige Bestätigung unserer Arbeit und eine Riesenchance“, sagt Vennskap-Gründer und Geschäftsführer Christian Battel. „Wir freuen uns sehr auf das Programm, die Workshops und den Austausch mit versierten Fachleuten.“ Er ist sich sicher, nun auch die Grill- und Outdoor-Fans jenseits des Atlantiks für seine pfiffige Erfindung begeistern zu können. Skotti ist eine Art Wunderwerk. Der mobile Grill besteht aus acht Edelstahlteilen und einem Gasschlauch und lässt sich kinderleicht zusammenstecken. Ein Leichtgewicht von drei Kilogramm, das flach in jeden Wanderrucksack, Kofferraum, Balkon und auf jeden Gepäckträger passt. Die Gestaltung,

Funktionalität und das Stecksystem überzeugten auch die Jury des Red Dot Award. Noch frisch auf dem Markt, wurde Skotti bereits 2019 in der Kategorie Product Design ausgezeichnet. Der Gasgrill ist inzwischen in vielen europäischen Ländern und in den USA erhältlich. Der Slogan „Just. Grill. Anywhere“ unterstreicht die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten. Was für ein Genuss, nach einer Wanderung mit frisch Gegrilltem den Appetit zu stillen oder eine gesellige Picknick-Runde zu arrangieren. Auch unter Campern, Anglern, Seglern und anderen Outdoor-Fans hat sich Skotti schon längst einen Namen gemacht. Noch einen zweiten Preis konnte der nachhaltige und umweltschonende Gasgrill 2022 einheimen: den „wachstumsstark.Award“. Damit ehrte die Jury von Gründer.de erstmals junge innovative Unternehmen auf Erfolgskurs. Mit dem Wettbewerb möchte das Portal Mut, Ideenreichtum und Durchhaltevermögen von Start-ups anerkennen und ihnen als Treiber des Wirtschaftswachstums Wertschätzung vermitteln. 2023 wurde das Design noch einmal überarbeitet. Eine Fettauffangschale verhindert zuverlässiger als bisher, dass beim Grillen Fett auf den Untergrund tropft. Sie passt in die herkömmlichen Skottis, die ohne großen Aufwand umgerüstet werden können. Die Reinigung des mobilen Geräts wurde erleichtert, der Gasverbrauch reduziert. So flexibel und innovativ wie Skotti ist das ganze Unternehmen Vennskap. Dazu gehören auch verschiedene Kooperationen, beispielsweise mit dem Mode-Label Carhartt und dem Multitool-Hersteller Leatherman. Das

Leatherman-Modell Rebar gibt es seit einiger Zeit auch als Skotti-Version. Ein Tool mit 17 verschiedenen Funktionen: Zangen, Drahtschneider, Messer, Schraubendreher, Feile, Säge, Lineal und Dosenöffner. Der Leatherman ist ebenfalls leicht, kompakt und lässt sich gut transportieren. Eine perfekte Partnerschaft. ●



Vennskap-Gründer Christian Battel

Firma

Vennskap GmbH & Co. KG

Branche Gasgrills und Zubehör

Geschäftsführung Christian Battel

Mitarbeiter 17

Kontakt

Vennskap GmbH & Co. KG
In der Loh 36 c
40668 Meerbusch
02150 7076910
info@skotti-grill.eu
www.skotti-grill.eu

Grün, gesund, geschmackvoll

Aus Samen werden Kräuter und Gemüse. Das Start-up „vollgepackt“ züchtet „Microgreens“ auf dem Areal Böhler. Microgreens sind junge, essbare Keimpflanzen.

Text: REGINA GOLDLÜCKE



Hat den grünen Daumen: Jörn Christiaens sät und erntet „Microgreens“. Die Kraftpakete kommen im Moment noch vorwiegend in der Gastronomie zum Einsatz.



Gepunktet haben wir
schließlich mit Qualität

JÖRN CHRISTIAENS

Der ganze Raum leuchtet in frischem Grün. Auf Regalen, viele Meter lang und jeweils bestückt mit mehreren Etagen, wachsen Kräuter und Gemüse. Man erkennt sie nicht auf den ersten Blick, nur Blättchen sind zu sehen. Jörn Christiaens zieht eine der Paletten heraus. „Das hier ist unsere Kohlecke“, sagt er. Aus den Samen von Brokkoli, Rotkohl oder Grünkohl wachsen Pflänzchen heran, sogenannte Microgreens. Bei sorgfältiger Züchtung werden daraus kleine Kraftpakete voller Nährstoffe. Und weil so viel Gutes in ihnen steckt, hat sich das junge Unternehmen auch den Namen „vollgepackt“ gegeben.

Vor mehr als drei Jahren haben sich die Geschwister Jörn und Judith Christiaens mit ihrer Idee selbstständig gemacht und sind aufs Areal Böhler gezogen. Dort wird zügig gesät und geerntet, darunter Kresse, Borretsch, Senf, Erbsen, Radieschen, Sonnenblumen. Alles im Mini-Format. Was passiert mit den Erträgen aus dem „Indoor Vertical Farming“? „Aktuell werden sie hauptsächlich als Deko in der Gastronomie verwendet“, erzählt Jörn Christiaens. Auf Suppen und Salaten oder in Smoothies machen sich die Microgreens gut. Für Dekozwecke allein seien sie mit ihren Nährstoffen und ihrem intensiven Geschmack aber zu schade, findet er: „Unser Ziel ist es, sie in die Kulinarik einzuschleusen. Sie machen jede Küche kreativer, nicht nur die vegetarische und die vegane.“

Die Gründer hatten keine Mühe, den auf dem Areal ansässigen Caterer Georg Broich zu überzeugen. Er stieg als Investor ein. Inzwischen hat „vollgepackt“ eine ganze Reihe von Stammkunden. Wie wurden die Kontakte zur Gastronomie geknüpft? „Durch Klinkenputzen“, antwortet Jörn Christiaens und lacht. „Wir packten ein, was wir hatten und stellten uns in den Restaurants vor. Bei einem regionalen Unternehmen gehört immer ein Gesicht dazu, man will wissen, wer dahintersteht. Gepunktet haben wir schließlich mit Qualität.“ Die Kunden bestellen Bedarfsmengen von 50, 100 oder 200 Gramm. Das garantiert, dass der Verbrauch sinnvoll gesteuert wird. Die Ware

wird in Mehrwegboxen ausgeliefert und vor Ort an einem kühlen Platz aufbewahrt. Ein guter Teil der tagesfrischen Ernte geht an die Bos Food GmbH in Buderich. Aber auch Privatleute können sich bei „vollgepackt“ einkaufen. „Dafür geben wir gern ein Zeitfenster vor“, erklärt der Gründer, „wir wollen ja auch zeigen und erzählen, was wir hier machen.“ Er wuchs auf einem Bauernhof in einem kleinen Dorf am Niederrhein auf und erinnert sich gut an das Gemüsebeet seiner Oma. Viel später, als Erwachsener in der Stadt, vermisste er es und begann mit der Aussaat und Züchtung. Das Resultat war derart üppig, dass daraus die Geschäftsidee mit „vollgepackt“ geboren wurde. Das Sortiment wuchs stetig, vor allem im asiatischen Sektor. Shisa etwa wird gern von japanischen Restaurants geordert, auch bei Koriander steigt die Nachfrage. Nicht nur die Pflänzchen gedeihen bei „vollgepackt“, auch das Start-up soll weiterwachsen. Mittlerweile gibt es eine zweite Farm in Berlin. „Wir wollten unseren jetzigen Standort nicht komplett hochfahren und ganz Deutschland versorgen, sondern lieber regionale Lieferketten in weiteren Städten schaffen“, sagt Jörn Christiaens. „Kleine Unternehmen, die es anderen Menschen ermöglichen, von und mit Pflanzen zu leben.“ ●

Firma vollgepackt GmbH

Branche Indoor Vertical Farming

Geschäftsführung Jörn Christiaens und Judith Christiaens

Mitarbeiter 3, vollgepackt sucht noch Verstärkung

Kontakt
vollgepackt GmbH
Böhlerstraße 1
40667 Meerbusch
0211 86808640
info@vollgepackt.com
www.vollgepackt.com

WELCHE UNTERSTÜTZUNGEN bieten die Finanzinstitute?

Texte: SIGRID BLOMEN-RADERMACHER



Wichtig ist, dass sich die Gründungswilligen mit ihren Plänen und Ideen detailliert auseinandersetzen und sich nicht nur auf andere verlassen.

KARIN LÜTH
SPARKASSE NEUSS

Seit 19 Jahren arbeitet Karin Lüth in der Wirtschaftsförderabteilung der Sparkasse Neuss. Vielen Gründungswilligen ist sie in den Jahren ihrer Berufstätigkeit begegnet. Gründer kommen mit ganz unterschiedlichen Ansätzen zur Sparkasse Neuss. Der eine plant ein neues Unternehmen, der andere beteiligt sich an einer bestehenden Firma, wird Teilhaber einer Kanzlei. Wichtig für eine Förderung ist die fachliche und kaufmännische Qualifikation des Gründers. Die wird für die Bank deutlich in dem geforderten Businessplan. Dieser enthält neben dem detaillierten Lebenslauf, der die fachlichen und persönlichen Hintergründe des Gründungswilligen enthält, die Vorstellung des Vorhabens: Das geplante Produkt, die Lage auf dem Markt, die Planung des Marketings. Ein wichtiger Bestandteil des Businessplans ist das „Zahlenwerk“, wie Karin Lüth es nennt. Die Rentabilitätsvorschau und die Liquiditätsplanung geben Aufschluss darüber, der Investitionsplan verdeutlicht konkret den Finanzbedarf. Nachdem der Businessplan von der Bank geprüft wurde, kümmert sich ein Fachberatungsteam um mögliche Fördermöglichkeiten und finanzielle Unterstützung. Ein klassischer Gründerkredit der Sparkasse ist der „ERP -Gründerkredit - StartGeld“. Damit werden Existenzgründungen, Start-ups und junge Unternehmen in Deutschland durch zinsgünstige Darlehen für gewerbliche Investitionen und Betriebsmittelaufwand gefördert. Kennzeichen dieses Förderdarlehens ist die Haftungsfreistellung durch die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW), was bedeutet, dass das Bankenrisiko auf

zwei Schultern verteilt ist, wie Lüth erklärt. Die Gründer haften selbstverständlich für die Rückzahlung der kompletten Darlehenssumme. „Wir schauen immer, was in welchem Fall erforderlich ist“, erklärt sie. Auch die NRW-Bank hat Förderprogramme, die in Frage kommen können und die sie den Gründern empfehlen kann. Die Darlehen haben gemeinsam, dass sie günstiger als die normalen Kredite sind.

Im Vorfeld einer Gründung haben die Interessenten zahlreiche Möglichkeiten, sich beraten zu lassen. Auf der Internetseite www.gruenderplattform.de werden zahlreiche Fragen rund um die Gründung zusammengefasst.

Karin Lüth beobachtet, dass die Motivation zur Gründung eines Start-ups „Fahrt aufgenommen hat“. Die Sparkasse Neuss beteiligt sich regelmäßig an Gründerseminaren, Workshops und Info-Veranstaltungen für Menschen, die ein Unternehmen zu gründen planen. Dort informieren die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über generelle Fördermöglichkeiten. Aufgrund der allgemein schwierigen wirtschaftlichen Gesamtsituation mit Inflationsdruck und Zinssteigerungen stellt sich die Lage für die Gründer nicht leicht dar. Umso wichtiger ist es, sich professionelle Hilfe zu holen.

Nach Lüths Einschätzung entstehen mittlerweile im digitalen Bereich viele neue Ideen, aber auch das Handwerk hat nach wie vor „goldenen Boden“.

Ihr Fazit: „Wichtig ist, dass sich die Gründungswilligen mit ihren Plänen und Ideen detailliert auseinandersetzen und sich nicht nur auf andere verlassen.“ ●



Foto: Sparkasse Neuss



Wir müssen an die Idee glauben, um das Projekt begleiten zu können.

HOLGER SCHLATHAU
VOLKSBANK MÖNCHENGLADBACH



Foto: Volksbank Mönchengladbach

Holger Schlathau, Leiter Firmenkunden Regionalmarkt Meerbusch/Willich, ist seit 41 Jahren bei der Volksbank und davon über 23 Jahren im Firmenkundenbereich tätig, seit zwei Jahren in leitender Funktion. In den letzten Monaten, so schätzt er, haben er und seine Mitarbeiter etwa 30 Unternehmensgründungen begleitet. Damit scheint sich die Zahl der Gründungen von Unternehmen nach der Flaute bedingt durch die Corona-Pandemie wieder zu stabilisieren. Trotz der steigenden allgemeinen Kosten beispielsweise von Material sowie der gestiegenen Zinsen, trotz Energiekrise. Ein Businessplan, sagt Schlathau, dürfe nicht von niedrigen Zinsen oder gleichbleibender Preisentwicklungen abhängig sein. Die Frage, die sich ein Unternehmer stellen muss, muss lauten: „Können die Preise, die ich am Markt durchsetzen muss, halten?“ Diese müssen so geplant sein, dass auch steigende Kosten aufgefangen werden können. Wenn Holger Schlathau über die Menschen spricht, die ein Unternehmen gründen möchten, denkt er an ihre Persönlichkeit. „Ist er ein Unternehmer oder eine Unternehmerin oder eben nicht“, so Schlathau. Was er damit meint: Passt die Persönlichkeit? Was treibt ihn an? Kann er seine Geschäftsidee durchsetzen, so, dass sie Früchte trägt? Kann er seine Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen führen? Gefragt, wie er den Charakter eines potenziellen Unternehmers beschreiben würde, nennt er folgende Merkmale: „Zielstrebig, ehrgeizig, mutig.“ Die Fragen rund um die Persönlichkeit eines zukünftigen Unternehmers lassen sich in einem persönlichen Gespräch beantworten. Ein weiterer wichtiger Bereich sind folgende Fragestellungen: Trägt sich die Geschäftsidee? Sind die Produkte

zukunftsfähig? Hat die zukünftige Unternehmerin, der zukünftige Unternehmer die nötige fachliche Eignung? Hat er die kaufmännische Eignung? Denn die sei entscheidend, so Schlathau, um das Unternehmen in eine erfolgreiche Zukunft zu führen. Dies sind Fragen, die der zukünftige Geschäftsgründer in seinem Businessplan verankert. Dieser Plan wird auf seine Plausibilität hin geprüft. „Wir müssen an die Idee glauben, um das Projekt begleiten zu können.“ Steht die Existenzgründung nicht auf soliden Füßen, dann müssen Gespräche geführt und Änderungen vorgenommen werden. Denn: „Wir wollen niemanden in die Insolvenz treiben. Immerhin tragen wir eine gewisse Mithaftung.“

Die Volksbank stellt den Gründerinnen und Gründern die Angebote ihrer Unternehmerakademie, dem Campus, bereit. Kollegen und Kolleginnen der Volksbank unterstützen bei der Erstellung von Businessplänen, beleuchten Megatrends, führen Markt-, Standort- und Wettbewerbsanalysen durch. Investitions- und Finanzierungspläne, Liquiditäts- und Rentabilitätsvorschau werden erstellt.

Auf der Seite der Volksbank „GründerInfo“ (einfach den Begriff in die Suchmaschine eingeben) können Interessierte online Zahlen und Fakten zu etwa 140 Branchen finden und Antworten auf Fragen zu Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten erhalten.

Was ein Gründer nicht vergessen sollte, so Schlathau, ist die Absicherung des Unternehmens und seiner eigenen Person. Dazu gehören unter anderem eine Haftpflichtversicherung für den Betrieb und eine Altersvorsorge für den persönlichen Bereich. Auch dies bietet die Volksbank mit seinen Verbundpartnern, hier der R+V Versicherung, aus einer Hand. ●

Gründen MUSS EINFACH und UNBÜROKRATISCH WERDEN

Text: WOLFGANG WEITZDÖRFER



Foto: IHK

In Deutschland herrscht seit Jahren eine gewisse Gründungsmüdigkeit. Dabei sind neu gegründete Unternehmen wichtig für Gesellschaft und Wirtschaft. Die IHK Mittlerer Niederrhein unterstützt bei der Existenzgründung.

Die Zahl der Existenzgründer in Deutschland ist seit vielen Jahren rückläufig. Wenn man sich die Zahlen von 2000 bis 2022 ansieht, veröffentlicht von Statista.com, einer globalen Datenbank, nimmt die Zahl der Gründer in Deutschland seit 2014 beinahe kontinuierlich ab. Im Jahr 2022 wurden rund 550.000 Unternehmen gegründet, das ist nicht der niedrigste Wert, 2018 und 2021 waren es noch weniger – 547.000 und 537.000. Wenn man sich ansieht, dass 2001 noch fast dreimal so viele Menschen den Weg in die Selbstständigkeit gewagt haben – das 20-Jahres-Hoch betrug 1.548.000 Existenzgründungen –, dann ist das durchaus beeindruckend. Seit 2007 liegt die Zahl dauerhaft unterhalb einer Million Gründungen. Bei der Erhebung wird übrigens nicht unterschieden zwischen einer richtigen Neugründung, also einem komplett neuen Unternehmen, das an den Start geht, und Betriebsübernahmen, wenn eine Person ein bereits bestehendes Unternehmen übernimmt. Das Statistische Bundesamt weist es noch ein wenig genauer und zudem den Rückgang auch prozentual aus – 2022 waren es demnach 673.500 Gewerbe-Neuanmeldungen, darunter 554.800 Neugründungen, das waren 4,9 Prozent weniger als 2021. Demnach ist es also offensichtlich so, dass es um die Gründungsfreude der Deutschen nicht allzu gut bestellt ist. Auch für Nordrhein-Westfalen gilt das. So hat das Statistische Landesamt für das vergangene Jahr die Zahl von 118.897 Neugründungen im Land verzeichnet. Das waren, so das Landesamt, 5,97 Prozent oder 6.345 weniger als im Vorjahr. Noch weiter heruntergebrochen, auf den Bereich der Industrie- und Handelskammer Mittlerer Niederrhein nämlich, bietet sich ein etwas schlechteres Bild als im Landesdurchschnitt. Im Jahr 2022 wurden im Kammerbezirk nämlich 1.288 Unternehmen gegründet, 1.362 – oder 5,43 Prozent mehr – waren es im Vorjahr.

Sicherlich ist es nicht von der Hand zu weisen, dass die aktuellen Entwicklungen in der Welt das ihrige dazu beitragen, dass Menschen nicht unbedingt vor Gründungsfreude übersprudeln. „Der russische Angriffskrieg auf die Ukraine und die damit verbundenen Preissteigerungen im Energiebereich haben die Wirtschaft vor enorme Herausforderungen gestellt und potenzielle Unternehmensgründungen in gewissen Bereichen wie der Gastronomie damit unsicherer gemacht“, kommentiert IHK-Hauptgeschäftsführer Jürgen Steinmetz die Zahlen. Inflation und Fachkräftemangel würden hier ihr Übriges tun, das eine erhöhe die Risiken, das andere biete genügend Alternativen in Festanstellung. Dazu kommt allerdings ganz sicher auch die Tatsache, dass man sich nicht einfach so in eine Existenzgründung begeben möchte. Dieser durchaus existenzielle Schritt schreckt ohne die richtige Vorbereitung und vorherige ausgiebige Beratung viele Menschen ab. Wer sich allerdings auf den Weg machen will, kann sich bei der Industrie- und Handelskammer Mittlerer Niederrhein beraten lassen. Das sieht auch Sebastian Greif so, der Leiter des IHK-Bereichs Recht und Steuern. „Wir stehen Gründungsinteressierten mit unseren Dienstleistungen zur Seite, damit Fehler vermieden werden und aus einer Idee ein erfolgreiches Geschäftsmodell wird“, sagt er, und appelliert weiter, das umfangreiche Beratungsangebot der IHK zu nutzen. „Der Schritt in die Selbstständigkeit sollte gut vorbereitet werden“, sagt Greif. Neben der persönlichen Beratung, die unabdingbar ist und vielleicht auch der erste Schritt sein sollte, kann man auch das digitale Beratungsangebot des IHK-Verbands von 53 teilnehmenden IHKs in ganz Deutschland nutzen. Die „Unternehmerwerkstatt Deutschland – UWD“ ist die Weiterentwicklung der „Gründerwerkstatt“ und wird mit

IHK-Hauptgeschäftsführer Jürgen Steinmetz (2.v.l.) und Sebastian Greif, Leiter des IHK-Bereichs Recht und Steuern (r.), stellten gemeinsam mit den Gründern der CRCL GmbH, Timur Oruz (l.) und Lars Conzendorf den Gründungsreport 2023 vor. Auf dem Bild fehlt der dritte Gründer von CRCL, Lauritz Schmidt.

dem Ziel fortgeführt, die bundesweite Anlaufstelle Nummer eins für die Unternehmensgründung und -förderung zu werden. „Seit mehr als 14 Jahren ist die Gründungswerkstatt Deutschland als digitaler Arbeitsplatz zur Vorbereitung auf die Selbstständigkeit erfolgreich“, berichtet Pascal Görigk, Gründungsberater der IHK Mittlerer Niederrhein. „Mit der Unternehmenswerkstatt Deutschland gehen wir nun noch einen Schritt weiter. Wir begleiten Unternehmen jetzt durch alle Phasen – von der Gründung, über die Wachstumsphase mit dem Aspekt Unternehmenssicherung bis hin zur Nachfolge“, ergänzt der IHK-Mitarbeiter. Grundsätzlich geht es aber sicherlich den meisten Gründungsinteressierten am Niederrhein darum, sich vor Ort die Unterstützung zu suchen, die sie brauchen, um den Schritt in die Neugründung zu gehen. Das merkt man auch bei der IHK Mittlerer Niederrhein. Denn auch wenn die Zahl der Gründungen insgesamt zurückgegangen ist, ist die Anzahl der Existenzgründungsberatungen bei der IHK gestiegen – und zwar um 52,75 Prozent. „Die Gründer sind wohl auch wegen der insgesamt komplexeren und schwierigeren Rahmenbedingungen vielleicht weniger geworden – dafür wollen sie intensiver und besser beraten sein und nutzen dafür die Beratungsmöglichkeiten der IHK“, heißt es im aktuellen IHK-Gründerreport. Ein gutes Beispiel dafür ist die CRCL GmbH aus Krefeld. Die drei Gründer Lars Conzendorf, Timur Oruz und Lauritz Schmidt haben sich vor der Unternehmensgründung bei der IHK beraten lassen. „Wir recyceln Alttextilien, die bisher nur verbrannt wurden, um eine ressourcenschonende Lösung unter anderem für die Möbelindustrie anzubieten“, sagt Conzendorf. Das Trio hat sich aber nicht nur beraten lassen, sondern wurde auch durch das Förderprojekt Gründerstipendium unterstützt. Die große Bedeutung von

Neugründern betont auch Steinmetz. „Sie sind sehr wichtig für die Gesellschaft, indem sie etablierten Unternehmen wichtige Impulse geben, Märkte beleben, Innovationen und Arbeitsplätze schaffen“, sagt der IHK-Geschäftsführer. Damit das auch künftig eine attraktive Möglichkeit bleibe, brauche es Unterstützung aus der Politik. „Wir fordern zügige, digitale und unbürokratische Gründungsprozesse, einen einfachen Zugang zu Fördermitteln und steuerliche Vereinfachungen für Gründer und Kleinunternehmer“, sagt Steinmetz. ●

Wir fordern zügige, digitale und unbürokratische Gründungsprozesse.

JÜRGEN STEINMETZ

! Angehenden Unternehmerinnen und Unternehmern

steht Existenzgründungsberater Bert Mangels unter Telefon 02151 635335 oder per E-Mail an bert.mangels@mittlerer-niederrhein.ihk.de zur Verfügung. Wer mit der Idee spielt, sich selbstständig zu machen, sollte frühzeitig einen Termin vereinbaren.

Unternehmenswerkstatt

Ansprechpartner für die Unternehmenswerkstatt Deutschland sind Carmen Granderath, Telefon 02151 635357, E-Mail: carmen.granderath@mittler-niederrhein.ihk.de und Pascal Görigk, Telefon 02161 241120, E-Mail: pascal.goerigk@mittlerer-niederrhein.ihk.de

Online zur **Unternehmerwerkstatt Deutschland** geht es hier entlang: www.uwd.de, zur **IHK Mittlerer Niederrhein** hier entlang: www.mittlerer-niederrhein.ihk.de



Fotos: Stadt Meerbusch

Von links nach rechts: Michael Glasenapp (Wendt GmbH), Jürgen Germann (3 M), Stadtkämmerer Christian Volmerich, Bürgermeister Christian Bommers, Kerstin Mammoliti (Geschäftsführerin Wendt GmbH), Patrick Nobis (Wendt GmbH), Anika Kleinert (Stadt Meerbusch)

IM INTERVIEW: STEPHAN BENNINGHOVEN

Trotz Krisenstimmung ermutigende Impulse

Herr Benninghoven, nach Umfragen des Instituts für deutsche Wirtschaft sehen die Unternehmen die konjunkturellen Aussichten im Lande getrübt. Inflationssorgen und politische Unsicherheiten sorgen für eine eher pessimistische Grundstimmung. Spiegelt sich das auch in Meerbusch wider?

Stephan Benninghoven: Nein. Das Unternehmerinteresse, in Meerbusch zu investieren, ist nach wie vor rege. Auch die Gewerbesteuereinnahmen zeigen noch keine Krisensymptome. Die Zahl der Arbeitsplätze bei uns ist weiter gestiegen, inzwischen verdienen im Stadtgebiet rund 14.600 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ihr Geld. Ich denke, für eine mittelgroße Kommune, die von drei Großstädten mit attraktiven Arbeitgebern umgeben ist, ist das durchaus ordentlich. Wichtig ist für mich auch, dass die Arbeitsplätze bei uns attraktiv und zukunftsfähig sind.

Mit dem IT- und Datendienstleister Oraylis hat sich 2023 ein hochmodernes Unternehmen in Meerbusch niedergelassen, um das sich die Stadt intensiv bemüht hat. Was bedeutet eine solche Ansiedlung für Sie?

Benninghoven: In der Tat sind wir sehr froh, dass wir die Oraylis GmbH von den Standortvorteilen hier bei uns überzeugen konnten. Wir haben ein selbstbewusstes Unternehmen für den Standort Meerbusch gewonnen, das mit einer modernen Firmenphilosophie um hochqualifizierte Mitarbeiter wirbt. Der Mensch steht im Mittelpunkt - das spiegelt sich auch in dem neuen, hochmodernen Firmengebäude an der Werkstraße in Osterath wider. Toll!

Welche Rolle spielt die Wirtschaftsförderung bei der Ansiedlung solcher Unternehmen?

Benninghoven: Bei Bauvorhaben und Grundstücksverkäufen führen wir intensive Gespräche mit Interessenten und Investoren. Ziel ist es immer, gemeinsam die optimale individuelle Lösung für das jeweilige Unternehmen zu finden. Wichtig ist es dabei, frühzeitig alle Partner an einen Tisch zu holen. Als Wirtschaftsförderer bin ich so etwas wie der Koordinator zwischen Stadt und Interessent. Die Kommunikation muss stimmen. Dabei ist es auch unbedingt nötig, die zuständigen Fachbereiche der Stadtverwaltung - vor allem Stadtplanung und Bauordnung - frühzeitig einzubinden. Wir nehmen uns Zeit, um gemeinsam eine attraktive, zu Meerbusch passende Gebäudeplanung zu entwickeln. Das lohnt sich! Dabei müssen wir aber auch darauf achten, dass wir Bauherren, die in Sachen Nachhaltigkeit und Ökologie schon annähernd perfekte Entwürfe vorlegen, nicht zusätzlich mit weiteren Auflagen überfordern.

Die Wirtschaftsförderung der Stadt Meerbusch ist personell eher schlank aufgestellt. Sind die Erwartungen von Investoren und heimischen Unternehmen so überhaupt zu erfüllen?

Benninghoven: Es allen recht zu machen, ist - wie jeder weiß - naturgemäß unmöglich. Dennoch ist es wichtig, bestmöglich Kontakt zu halten. Das gilt auch für die Bestandspflege. Bürgermeister Christian Bommers, Stadtkämmerer Christian Volmerich und ich besuchen inzwischen wieder vermehrt Unternehmen persönlich. Unser Kontaktmanagement haben wir digitaler und damit professioneller aufgestellt. Die Wirtschaftsförderung übernimmt für die Unternehmerschaft eine Art Lotsenfunktion, weil sie über ein großes Netzwerk verfügt. Wir vermitteln die richtigen Ansprechpartner im Rathaus oder bei anderen Behörden, und wir vertreten auch die Belange der Unternehmen in der Verwaltung. Selbst ein gängiges Instrument wie ein Newsletter kann hier hilfreich sein - wenn er gut gemacht ist: Wir versorgen die Unternehmen regelmäßig mit Infos zu Veranstaltungen, zu Fördermöglichkeiten oder neuen gesetzlichen Vorgaben. Interessenten für den Newsletter können sich jederzeit bei mir melden.

Allein auf weiter Flur ist das aber alles kaum zu leisten, oder?

Benninghoven: Nein, das zu glauben, wäre vermessen. Deshalb arbeiten wir hier mit einem weiter ausgerichteten Fokus. Wir tauschen uns regelmäßig mit den Wirtschaftsförderern im Rhein-Kreis Neuss aus, wir besuchen gemeinsam Messen oder gestalten auch Messe-Auftritte zusammen. Die Polis Convention auf dem Areal Böhler, die Expo Real in München oder der Gründer- und Unternehmertag im Rhein-Kreis Neuss sind dafür gute Beispiele. Solche Veranstaltungen verschaffen uns eine bessere Wahrnehmung jenseits der Stadtgrenzen und eröffnen uns viel mehr Möglichkeiten, uns nach außen darzustellen.

Dennoch hat sich bei der jüngsten Umfrage für das Wirtschaftsbarometer des Rhein-Kreises Neuss gezeigt, dass viele heimische Unternehmen das Dienstleistungsangebot der städtischen Wirtschaftsförderung noch gar nicht kennen.

Benninghoven: Das stimmt, verwundert mich aber sehr. Die Möglichkeiten, mit uns ins Gespräch zu kommen, sind doch vielfältig. Nicht zuletzt wegen der Überschaubarkeit Meerbuschs ohne einen riesigen, anonymen Verwaltungsapparat ist der Draht zur Wirtschaftsförderung kurz. Mit unserem Magazin „Standort Meerbusch“ erreichen wir allein über den Versand der Printversion rund 2.500 Unternehmen und Entscheider. Alle Dienstleistungsangebote der Wirtschaftsförderung präsentieren wir natürlich auf meerbusch.de, mit unserer Netzwerk-Veranstaltung „Wirtschaft trifft“ zu aktuellen Themen bieten wir die Möglichkeit, sich persönlich kennenzulernen, unseren Newsletter hatte ich bereits erwähnt. Ich denke, hier sind wir gut aufgestellt.

Einzelhandel und Gastronomie haben es auch in Meerbusch zunehmend schwer. Hat die Wirtschaftsförderung hier überhaupt reelle Einflussmöglichkeiten?

Benninghoven: Gesamtgesellschaftliche Trends können wir natürlich auch als lokale Wirtschaftsförderung nicht aufhalten. Das wäre ein Kampf gegen Windmühlenflügel. Online-Handel, Personalmangel oder auch die zum 1. Januar wieder auf 19 Prozent angestiegene Mehrwertsteuer in der Gastronomie machen es den Gewerbetreibenden schwer. Das heißt aber nicht, dass wir frustriert die Hände in den Schoß legen. Wir stehen in regelmäßigem Austausch mit den Werbe- und Interessengemeinschaften und bieten Unterstützung an - bei der Weihnachtsbeleuchtung hat das in Buderich und Osterath schon sehr gut geklappt, in Lank warten wir noch, dass unser Zuschuss abgerufen wird. 2024 wollen wir über das Stadtmarketing in den drei großen Stadtteilen bunte Feierabendmärkte etablieren, die Menschen in die Ortskerne ziehen und den Leuten einfach Freude machen wollen. Das wird auch dem Einzelhandel und der Gastronomie guttun.

Einzelhandel und Gastronomie profitieren ja nicht zuletzt auch, wenn die Aufenthaltsqualität in den Stadtteilen ordentlich und einladend ist. Was kann die Wirtschaftsförderung dazu leisten?

Benninghoven: Im Jahr 2023 ist es uns gelungen, über das „NRW-Sofortprogramm zur Stärkung unserer Innenstädte“ 300.000 Euro Fördermittel zu akquirieren. Das Geld ist inzwischen gut angelegt: Wir haben neue Stadtmöbel aufgestellt, neue Fahrradabstellmöglichkeiten geschaffen, Beete neu angelegt oder erweitert und insgesamt ein harmonisches Gesamtbild geschaffen. Das Echo in der Bevölkerung ist rundum positiv. Richtig zeigen wird sich der Effekt der Maßnahmen freilich erst im kommenden Frühjahr und Sommer.

Auch das Thema Breitbandausbau ist bei Ihnen in der Wirtschaftsförderung angesiedelt - ein hart umkämpftes Geschäft, oder?

Benninghoven: Das stimmt, vor allem weil die Einflussmöglichkeiten der Stadt relativ überschaubar sind. Inzwischen läuft die Erschließung aber gut: Telekom und Deutsche Glasfaser bauen die Glasfaserversorgung im Stadtgebiet bis Ende 2025 eigenwirtschaftlich aus, das heißt ohne jegliche Zuschüsse bzw. Fördermittel. Hiervon profitieren mehr als 30.000 Meerbuscher Haushalte und Unternehmensstandor-

te. Der Ausbau ist bereits seit 2021 in vollem Gange, der Weg dahin war allerdings nicht immer einfach. In Buderich, Lank, Bösinghoven sind bereits Ausbauarbeiten vorgenommen worden. Aktuell läuft der Ausbau in Osterath, Strümp und den Rheingemeinden. Bis 2025 werden dann noch vorhandene Lücken im Stadtgebiet geschlossen.

Meerbusch steckt seit Jahren in einem Dilemma, was zusätzliche Gewerbeflächen angeht: Die Nachfrage ist - wie Sie eben schon sagten - groß, das Flächenangebot aber fast in Gänze erschöpft. Wie lebt man als Wirtschaftsförderer damit?

Benninghoven: Tatsächlich haben wir leider keine freien städtischen Gewerbegrundstücke mehr im Angebot. Die Vermittlung von Bestandsflächen ist sehr schwierig, weil Angebot und Nachfrage selten übereinstimmen. Zuletzt konnten wir die eine oder andere Fläche jedoch erfolgreich auch an heimische Interessenten vermitteln. So halten wir zum einen diese Unternehmen bei uns in Meerbusch und verhindern eine Abwanderung, zum anderen beheben wir auch vorhandenen Leerstand.

Wie kann das Gewerbeflächenentwicklungskonzept der Stadt weiterhelfen helfen?

Benninghoven: Im Frühjahr 2023 hat es im Rahmen der Fortschreibung des Konzeptes eine gezielte Umfrage in der Meerbuscher Unternehmerschaft gegeben, es gab Expertengespräche, einen Workshop mit Politik und Unternehmerverbänden und eine aktuelle Bedarfsanalyse. Ziel ist es vor allem, neue Gewerbeflächen für heimische Unternehmen auszuweisen, denn bei etlichen gibt es Expansionsbedarf. Schaffen wir das nicht, müssen wir mit Abwanderungen rechnen. Nur über neue Gewerbeflächen können wir neue Arbeitsplätze in Meerbusch schaffen - das wiederum verbessert unsere Gewerbesteueraufkommen, das gemeinsam mit dem Gemeindeanteil an der Einkommenssteuer unsere wichtigste Einnahmequelle ist. Bei immer weiter steigenden Ausgaben - unter anderem für Investitionen in den Ausbau unserer Schulen - ist das ein wichtiger Faktor.

Das Gespräch führte Michael Gorgs



Von links nach rechts: Jan Rubinski (CEO Janado GmbH), Christian Bommers, Christian Volmerich, Stephan Benninghoven (alle Stadt Meerbusch), Kamran Doorsoun (Janado GmbH)

IN OSTERATH wird die ZUKUNFT gestaltet



Fotos: ORAYLIS GmbH

„Wir entwickeln für die Kunden eine klare Roadmap.“

THOMAS STREHLOW

Das moderne Bürokonzept ist in jeder Hinsicht darauf ausgelegt, den Mitarbeitern eine positive Arbeitsatmosphäre zu bieten.

Der inhabergeführte Mittelständler ORAYLIS unterstützt Unternehmen bei der Digitalisierung ihrer Geschäfte.

An der Werkstraße in Meerbusch hat sich in den vergangenen zwei Jahren eine Menge getan. Unmittelbar am Bahnhof Osterath wurde ein zweistöckiges Bürogebäude errichtet, das mit seiner topmodernen Optik einen Blickfang für Bahnreisende darstellt. Bauherr und alleiniger Nutzer ist die ORAYLIS GmbH, deren über 160 Mitarbeiter anderen Unternehmen und Konzernen bei der Digitalisierung ihrer Geschäfte helfen. Branchengrößen wie Telefónica, WMF oder „E wie einfach“ zählen zu den zufriedenen Kunden der Datenexperten. „Gestalten Sie mit Ihren Daten die Zukunft“, rät die ORAYLIS GmbH potenziellen Kunden auf ihrer Website. Offensichtlich mit großem Erfolg. Im Mai öffnete das neue Domizil seine Pforten und ist seither voller Leben. ORAYLIS-Gründer und Co-CEO Thomas Strehlow erläutert, wie sich Unternehmen mit Hilfe ihrer Daten für die Zukunft aufstellen können, um im harten Wettbewerb zu bestehen.

„Unsere Kunden stehen vor der Herausforderung, ihre traditionellen Prozesse und Strukturen auf den Prüfstand zu stellen und mit Hilfe von Daten neu zu gestalten“, erklärt Thomas Strehlow im lichtdurchfluteten Foyer des Gebäudes. „Wir sehen uns dabei als eine Art Guide, der den richtigen Weg aufzeigt und jede erforderliche Unterstützung zum Erreichen der gewünschten Ziele leistet.“ Laut Thomas Strehlow erkennen die meisten Unternehmen zwar die Notwendigkeit, Daten systematisch für ihr Geschäft zu nutzen, aber sie wissen oft nicht, wie sie vorgehen sollen: „Es ist nicht einfach, die verschiedenen Anforderungen an eine moderne Datenplattform unter einen Hut zu bringen. Gleiches gilt für die Technologie. Das Angebot ist groß, die Auswahl überfordert viele Verantwortliche. Daher starten wir in unsere Projekte meist mit einer Datenstrategie. Das heißt: Wir schaffen Transparenz über den Status quo und entwickeln eine klare Roadmap, mit der sich der Kunde Schritt für Schritt zu einer sogenannten Data Driven Company entwickeln kann.“

Der Nutzen der technischen Lösungen, die ORAYLIS auf Basis der Datenstrategie umsetzt, ist breitgefächert. Beispielsweise können Unternehmen ihre Kunden mit Echtzeitservices begeistern, Produkte durch Künstliche Intelligenz erweitern und unternehmensweit Prozesse optimieren. „Anfangs geht es aber meist erst mal darum, eine sichere Unternehmenssteuerung durch faktenbasierte Entscheidungen zu ermöglichen“, so Thomas Strehlow.

Für diese anspruchsvollen Aufgaben braucht es qualifiziertes Personal, das dem Unternehmen möglichst lange die Treue hält. Grundsätzlich wird bei ORAYLIS die Zufriedenheit der Mitarbeiter durch vielfältige Benefits gefördert. Nicht umsonst wurde das Unternehmen in den vergangenen fünf Jahren regelmäßig vom Great-Place-to-Work-Institut als einer der besten Arbeitgeber Deutschlands ausgezeichnet. Der besondere familiäre Charakter des Unternehmens sollte sich natürlich auch in der Arbeitsumgebung widerspiegeln. „Für uns war von Anfang an klar, dass sich unsere neue Heimat nicht wie ein Bürogebäude im klassischen Sinne anfühlen sollte“, erklärt Thomas Strehlow. „So ein Arbeitsplatz steht heutzutage immer in Konkurrenz mit dem Homeoffice. Wir hatten daher bei unseren Planungen eher ein großes Einfamilienhaus vor Augen, das einerseits professionelles Arbeiten ermöglicht, aber andererseits auch durch wohnliche Flächen zum Ort der Begegnung und des Austauschs wird. Dabei konnten sich unsere Mitarbeiter in vielerlei Hinsicht einbringen und mitgestalten.“

Das Ergebnis überzeugt. Die Arbeitsbereiche in der ersten und zweiten Etage sind großzügig angelegt und selbstverständlich durchweg mit modernster Technik ausgestattet. Daneben gibt es gemütliche Räume und Nischen mit Bänken oder Sesseln. Eine angenehme Farbauswahl sowie viele Pflanzen unterstreichen die positive Atmosphäre. Herzstück des Konzeptes ist aber die Lounge im Erdgeschoss, die unmittelbar an den Plenumsbereich angrenzt. Mit ihrer offenen Küche und den diversen Sitzgelegenheiten wirkt sie fast wie ein schickes Café oder Restaurant. So wurde das ORAYLIS-Office in den ersten Monaten auch schon zum Ort einiger Veranstaltungen – nicht nur für Kunden, sondern teilweise auch von Mitarbeitern für Mitarbeitern organisiert.



Die Lounge gilt als beliebter Treffpunkt, an dem sich die Mitarbeiter austauschen, Billard spielen und füreinander kochen.

„

Wir sehen uns als eine Art Guide, der den richtigen Weg aufzeigt und jede erforderliche Unterstützung zum Erreichen der gewünschten Ziele leistet.

THOMAS STREHLOW



Erst im vergangenen Jahr hat Thomas Strehlow vom Verband der Familienunternehmer eine Auszeichnung für das strategische Wachstum von ORAYLIS erhalten. Deshalb verwundert es kaum, dass auch er gedanklich bereits schon wieder die Zukunft gestaltet – verbunden mit einem klaren Bekenntnis zum Standort Meerbusch: „Wir denken wie die meisten Eigenheimbesitzer. Wir haben hier gebaut, um an diesem Ort sesshaft zu werden. Schließlich bietet unser Grundstück noch Platz für einen weiteren Bauabschnitt. Sollte sich unser Geschäft weiterhin so gut entwickeln, dann werden wir in ein paar Jahren in die nächste Phase gehen.“ ●



Ein großartiger Ort zum Arbeiten: ORAYLIS wurde fünfmal in Folge dafür ausgezeichnet.

FRISCHER WIND

HAUS in MEER



Foto: Regina Goldlücke



Oben ist es belebt und cool, unten taucht man in eine fernöstliche Oase ein.

ANTHONY SARPONG

Sternekoch Anthony Sarpong eröffnete mit großen Ambitionen sein zweites Restaurant in der Stadt.

Text: REGINA GOLDLÜCKE

Die letzten Wochen bis zur Eröffnung des Restaurants „Haus Meer“, sagt Anthony Sarpong, seien für ihn eine sehr emotionale Angelegenheit gewesen: „Am Gebäude und an der Einrichtung wurde unter Hochdruck in Schichten gearbeitet, alles war exakt durchgetaktet. Dann noch die Bauabnahme, die Dokumente vom Ordnungsamt, die Schankerlaubnis. Es ging Schlag auf Schlag, ich kam kaum zur Besinnung. Aber jeden Tag konnte ich sehen, wie nach und nach alles fertig wurde. Und das war richtig schön.“

Einen halben Kilometer entfernt von seinem Budericher Sterne-Restaurant „Anthony's Kitchen“ hat der umtriebige Küchenchef seinen zweiten Standort in der Stadt bezogen. Mit dem nach seinen Vorstellungen konzipierten Restaurant „Haus Meer“ will er den Meerbuschern ihr einst so geliebtes „Wohnzimmer“ zurückgeben. Zwar sei das Gebäude bis auf die Fassade kaum noch zu erkennen, beugt er vor. „Wir haben komplett alles auf links gedreht. Eingang, Technik, Küche, Anbau - alles neu. Trotzdem wollten wir, dass Haus Meer seinen Stammgästen noch vertraut erscheint. Dazu gehört auch die

Beibehaltung des Namens. Er drückt unsere Wertschätzung aus, auch gegenüber der Stadt.“ Weiß Anthony Sarpong aber auch, wie sehr dem lauschigen Biergarten des Vorbesitzers nachgetrauert wird? „Keine Sorge“, beschwichtigt er, „der geht nicht verloren, auch wenn dort gerade noch gebaut wird. Er wird sogar noch schöner werden als früher.“

Kommen wir zur Küche. Auf seiner Bistrokarte kündigt er einen Mix aus italienischen, französischen und deutschen Spezialitäten an, mit Fisch, Fleisch und Flammkuchen. Was, außer dem Stern, unterscheidet sie von Anthony's Kitchen? „Im Haus Meer ist die Küche einfacher und bodenständiger, aber von gleicher Qualität“, antwortet er. „Nur werden wir nicht wie drüben mit der Pinzette einzelne Blüten auf tupfen.“ Wichtig ist ihm der Wein. Das riesige Lager ist mit 400 Sorten gefüllt, an die 2000 sollen es einmal werden. Dazu kommt ein umfangreiches Champagner-Angebot.

Als Bonbon bietet Haus Meer im Untergeschoss ein exklusives Sushi-Kabinett für sechs Personen. „Ein gewollter Stillbruch“, erklärt Anthony Sarpong. „Oben ist es belebt und cool, unten taucht man in

eine fernöstliche Oase ein.“ Lange habe er nach einem geeigneten Koch gesucht, in Singapur, Japan und Neuseeland, und ihn schließlich im japanischen Sushimeister Jay Lee gefunden. Mit dem „junsui“ bringe er Little Tokyo nach Meerbusch, sagt Sarpong. Das sei überhaupt ganz nach seiner Vision: überall die besten Köche aufzuspüren. „Wer weiß, vielleicht finde ich mal einen in Indien oder Südafrika, dann machen wir ein neues Spezialitäten-Restaurant auf.“ Weiteres Wachstum? Für ihn eine Selbstverständlichkeit. Erst im November eröffnete Anthony Sarpong mit dem Haus Phönixsee in Dortmund ein Bistro nach gleichem Muster wie Haus Meer. Er habe sich sofort in die Lage verliebt, erzählt er. „Ein magischer Ort. Ich entscheide immer nach Bauchgefühl, hatte noch nie Angst vor Arbeit.“

Er will auch wieder auf Reisen gehen, will Kurse geben, Anregungen sammeln. Aber sollte ein Koch, zumal ein Sternekoch, nicht mehr Präsenz zeigen in den eigenen Restaurants? „Wir sind ein Team“, betont er. „Das Team Anthony's. Und das ist gut strukturiert, darauf kann ich mich verlassen. Rezepturen und Menüs sind so abgesprochen, dass es auch mal ohne mich gehen kann.“ ●

DER TRÜFFELPAPST
ÜBERGIBT DAS RUDER

Text: MONIKA GÖTZ



Kompromisslos den besten Service zu liefern ist eine große Herausforderung – aber dies auch noch mit den besten Lebensmitteln dieses Planeten zu kombinieren, ist eine Sisyphos-Aufgabe.

RALF BOS

Die BOS FOOD GmbH beliefert
Feinschmecker in ganz Deutschland.

Am Samstag ein Kochkurs in Hanau in der Kochschule von Sternekoch Jörg Leroy und seiner Frau Petra und am Sonntag eine ganz ähnliche Veranstaltung bei Johann Lafer in Guldental – so sehen in der Regel die Wochenenden aus, an denen Ralf Bos in Sachen Trüffel unterwegs ist: „Ich erkläre und zeige, wie man mit Trüffeln umgehen muss.“ Der auch als „Trüffelpapst“ bekannte Inhaber der Meerbuscher Firma BOS FOOD GmbH mit aktuell 200 Mitarbeitern, fand vor mehr als 30 Jahren seine berufliche und kurz zuvor auch seine private Bestimmung. In beruflicher Hinsicht verwirklichte er seine ganz eigene Vorstellung von Service und Qualität: „Kompromisslos den besten Service zu liefern ist eine große Herausforderung – aber dies auch noch mit den besten Lebensmitteln dieses Planeten zu kombinieren, ist eine Sisyphos-Aufgabe.“ Dabei war Ralf Bos klar, dass weniger als ein Prozent aller deutschen Bürger den Willen hat, für gute Qualität und Spitzenservice zu zahlen: „Aber ich dachte, 800.000 potenzielle Kunden, die denken wie ich, müssen reichen.“ Bos war klar, dass er, um sein Ziel zu erreichen, mehr leisten, wissen und können muss, als alle anderen. Er stell-

sich der Aufgabe und entwickelte sich vom Garagen-Start-up mit einem Mitarbeiter und einem Artikel zu Deutschlands erfolgreichsten Delikatessenhändler. Nebenbei wurde er zu einem sehr beachteten Fachbuchautor, gefragten Food-Journalisten, Keynote Speaker, Fernsehdarsteller und mehrfachen Preisträger in allerlei Genres. Der Trüffel aber wurde zu einem Alleinstellungsmerkmal. Mit seinem bedingungslosen Qualitätsanspruch, seinem Mitteilungsdrang und seiner Liebe zu diesem Produkt hat Ralf Bos sein Unternehmen nicht nur zum Marktführer gemacht, er hat auch das Verständnis für den Zauber dieses einzigartigen Gewächses quasi flächendeckend in Deutschland und in vielen Nachbarländern verbreitet. Aber nicht nur dem Produkt Trüffel ist Ralf Bos sehr zugeneigt. Ihn stützt eine intensive Liebe zu seiner Familie, zu seiner Frau Susanne und den drei Töchtern Vivian, Talia und Saskia. Seit 35 Jahren verheiratet, ist die eheliche Verbindung sehr eng und voller Zuneigung. In die Hände seiner Töchter, dieser „drei wundervollen Frauen“, die schon seit mehr als zehn Jahren im elterlichen Betrieb arbeiten, wird er nach über 30 Jahren seine Firma mit mehr als 200 Mitarbeitern und über



Ralf Bos setzt auf Qualität und Service.

16.000 Lebensmitteln plus Trüffel zum Jahreswechsel übergeben: „Unsere Töchter haben die Liebe zum Produkt, zu den Mitarbeitern und Kunden sowie die Leidenschaft für Qualität und Service buchstäblich mit der Muttermilch aufgesogen. Es ist ein Generationswechsel, der nur unter guten Sternen steht, und bei dem alle Vorzeichen auf Grün stehen.“ Aber der zum „Grand Seigneur der Kulinarik“ gewordene Inhaber der BOS FOOD GmbH wird in seinem Ruhestand seine Hände nicht in den Schoß legen. Schon immer hatten seine Tage mehr als 24 Stunden, und ein wenig einschränken wird er sich sicher. Für seine Töchter aber wird er immer zur Stelle sein, wenn Erfahrung gefragt ist. ●

75 Jahre TEEPACK

Von Meerbusch
an die Weltspitze.

Texte: MONIKA GÖTZ



Gemeinsam sind wir bemüht, die Marktführerschaft durch andauernde technische Weiterentwicklung mit qualifizierten und motivierten Mitarbeitern auszubauen.

FRANK WIEDENMAIER



TEEPACK brachte bereits 1949 die „Constanta“ auf den Markt.

Die Geschichte der 1948 in Meerbusch gegründeten Teepack Spezialmaschinen GmbH & Co. KG ist eng mit der Entwicklung des in Düsseldorf angesiedelten Unternehmens Teekanne verknüpft. Heute ist der Weltmarktführer Teepack überall dort zu finden, wo Tee in Beutel gefüllt und verpackt wird. In der Regel ist eine Maschine im Einsatz, die in der Meerbuscher Schwesterfirma von Teekanne gebaut wurde. Die Präsenz in mehr als 50 Ländern zeigt, dass der Spezialist für erstklassige Teebeutel-Verpackungsmaschinen auf dem Weltmarkt eine führende Rolle spielt. Die Erfolgsgeschichte begann, als vor gut 70 Jahren die wegweisende Erfindung des Doppelkammer-Teebeutels gemacht wurde. Das Besondere an dem damals neuartigen Teebeutel war, dass anders als bei früheren Aufgussmöglichkeiten der Tee in dem Zwei-Kammer-Kissen in einer Tasse oder Kanne von vier Seiten vom Wasser umspült wird. So kann sich das Aroma optimal entfalten. Teepack brachte bereits 1949 die „Constanta“ auf den Markt. Sie war die erste Verpackungsmaschine für Doppelkammer-Teebeutel weltweit und konnte pro Minute beeindruckende 120 dieser Teebeutel herstellen. Weiter ging es ab 1991, als unter den Namen Perfecta und Compacta weitere Maschinen-Versionen entwickelt wurden, die aus gutem Tee hervorragenden Tee machten – und das in einer großen Stückzahl mit bis zu 420 Beuteln pro Minute. Heute sind von den rund 180 Teepack-Mitarbeitern gut zwei Drittel Ingenieure, Maschinenbauer und Facharbeiter. Zusammen mit ihren Kollegen aus

Management und Verwaltung liefern sie, was Teepack so stark macht: hocheffiziente und langlebige Verpackungsmaschinen, die individuell auf den Kunden zugeschnitten, zu 100 Prozent Made in Germany sind und damit nach dem höchsten deutschen Qualitätsstandard entwickelt, konstruiert und erbaut wurden. „Diese Maschinen zeichnen sich auch durch ihre Langlebigkeit und ihren niedrigen Energieverbrauch aus. Teepack-Maschinen, die in den 1950er-Jahren ausgeliefert wurden, sind noch heute auf der ganzen Welt zuverlässig im Einsatz“, ergänzt Geschäftsführer Frank Wiedenmaier. Innovation wird in dem Unternehmen weiterhin großgeschrieben. Teepack forscht und arbeitet stetig daran, Gutes noch besser zu machen: „Unsere Ingenieure, Entwickler und Konstrukteure sind immer auf der Suche nach dem Besseren.“ Und sie sind sicher, dass die Zukunft weitere Meilensteine für die Firmenhistorie bringen wird. Auch deshalb bieten sich hier qualitativ hochwertige, effiziente und nachhaltige beste Aussichten für viele Berufe. Denn Verpackungsmaschinen brauchen ambitionierte und bestens ausgebildete Mitarbeiter, die sie konstruieren, bauen und vertreiben. Von den mehr als 180 Teepackern haben viele ihr Handwerk von der Pike auf in dem Unternehmen gelernt und Herausforderungen an- sowie Verantwortung übernommen. „Sie haben uns viele Jahrzehnte die Treue gehalten. Gemeinsam sind wir bemüht, die Marktführerschaft durch andauernde technische Weiterentwicklung mit qualifizierten und motivierten Mitarbeitern auszubauen“, betont Frank Wiedenmaier. ●



Die Constanta war die erste Verpackungsmaschine für Doppelkammer-Teebeutel.

Benedikt Hütz ist für Konstruktion und Entwicklung zuständig.



Foto: Alois Müller



Die Freude an Neuentwicklungen ist Teil unserer DNA.

HERMANN HERINGER

RHEIN-GETRIEBE steht für INNOVATION

Das Meerbuscher Unternehmen feierte 2022
sein 75-jähriges Firmenjubiläum.

Seit 1952 ist Meerbusch der Standort der Rhein-Getriebe GmbH. Das Familienunternehmen mit rund 50 Mitarbeitern zählt heute zu den führenden mittelständischen Herstellern im Bereich der Antriebstechnik. Im Zweischichtbetrieb werden sowohl Klein- und Mittelserien als auch Einzelstücke für Kunden weltweit produziert. „Wir sind international unterwegs“, ergänzt Hermann Heringer, der das Unternehmen seit 2015 führt. Er betont, dass eine ausgeglichene Personalpolitik einen wichtigen Aspekt darstellt: „Wir tragen auch für die Angehörigen unserer Mitarbeiter und damit rund 200 Personen Verantwortung. Obwohl wir von einer höchst modernen Arbeitswelt umgeben sind, legen wir großen Wert auf ein ausgeglichenes soziales Arbeitsklima.“ So werden beispielsweise die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Sinne des Umwelt-Gedankens auch bei der Anschaffung von E-Bikes unterstützt. Zudem lobt Hermann Heringer – überzeugter Anhänger des Unternehmensstandorts Stadtteils Bude- rich - die perfekte Anbindung des Unternehmens-Standorts an öffentliche Verkehrsmittel wie Bahn und Airport.

Rhein-Getriebe entwickelt und produziert seit 75 Jahren Sondergetriebe wie Schneckengetriebe, Getriebemotoren, Antriebseinheiten und Maschinenbauteile für unterschiedliche Branchen aus den Bereichen Medizin-, Verkehrs-, Textil-, Sicherheits- und Fördertechnik sowie allgemeiner Maschinen- und Anlagenbau und vieles mehr. Stetig steigende Anforderungen des Marktes erfordern stets innovative Lösungen. „Besonders die Nachfrage nach neuentwickelter Medizintechnik nimmt zu. Obwohl wir auf dem neuesten Stand sind, steht damit eine ständige Modernisierung an. Und wir trauen es uns zu, derartige Aufträge anzunehmen“, erklärt Hermann Heringer. Die Rhein-Getriebe-Ingenieure arbeiten mit Universitäten und Hochschulen, Bachelor- und Masterabsolventen, Forschungsinstituten und der Forschungsvereinigung Antriebstechnik (FVA) zusammen: „Die Freude an Neuentwicklungen ist Teil unserer DNA.“ Ausbildung und Karriere werden großgeschrieben. Vom Schülerpraktikum bis zur Betreuung der Masterarbeit öffnete Rhein-Getriebe dem Nachwuchs alle

Türen und Tore. KAOA: Kein Abschluss ohne Anschluss. Diese Forderung wird von Rhein-Getriebe gern unterstützt. Es werden Ausbildungen und duale Studiengänge im technischen und kaufmännischen Bereich angeboten. Nach erfolgreich absolvierter Ausbildung ist die Übernahme in ein unbefristetes Arbeitsverhältnis sicher. „Mittelständische Unternehmen brauchen Spezialisten und Generalisten. Beide finden bei uns ihren Platz“, so der Geschäftsführer. Rhein-Getriebe verfügt über einen modernen Maschinenpark. Die Kernkompetenz liegt in der Fertigung der Verzahnungskomponenten. Alle dazu zählenden Produktionsschritte werden in-house abgebildet. In den vergangenen Jahren wurde verstärkt in modernste Produktionstechnologie investiert. Schon bei der Auswahl neuer Maschinen und Geräte wird auf höchste Qualität, robuste Technik und Nachhaltigkeit geachtet. Vernetzte Lösungen helfen bei der Fertigung und Vermessung der Produkte. Somit können sowohl die Qualitäts- als auch die Ausbringungsziele abgesichert werden. ●



Gründete sein Unternehmen 2008: Erdem Aklibasinda

Foto: Arian Aklibasinda

ARIAN IT

hilft bei der DIGITALISIERUNG

Texte: SIGRID BLOMEN-RADERMACHER

Als Erdem Aklibasinda 2008 den Mut besaß, sich selbstständig zu machen, war er gerade einmal 24 Jahre alt. Eine erfolgreiche Geschäftsidee war es, wie man 15 Jahre später feststellen kann: Am Standort Meerbusch gründete er die IT-Firma mit dem Namen „arian IT Service“. Damals war er das, was Aklibasinda die „PC-Feuerwehr“ nennt. Er war zur Stelle, wenn es in den von ihm betreuten Unternehmen Probleme mit der Hard- oder Software zu lösen gab. Vor zwei Jahren hat sich der Fachinformatiker, der vier Mitarbeiter beschäftigt, inhaltlich noch einmal neu ausgerichtet und außerdem die Geschäftsform geändert, indem er eine GmbH gründete. Seine vorrangige Aufgabe sieht er darin, Unternehmen bei der Digitalisierung zu unterstützen. Seine Kundenzielgruppe sind kleine und mittelständische Unternehmen, derer sich, so Aklibasinda, die größeren Dienstleister nicht annehmen. Arztpraxen, Anwalts- oder Steuerberatungskanzleien gehören dazu, aber auch Handwerksbetriebe oder Veranstaltungsfirmen. Für sie entwickelte er standardisierte Dienstleistungen. Cyberschutz, Updates, Rechnerwartung – das gehört zu den Angeboten. Dienstleistungen, die „heute noch wichtiger sind als früher“, sagt Aklibasinda. Die Aufgaben erledigt eine Software. Mit Hilfe des „Managed Services“ hat Aklibasinda rund um die Uhr die IT-Infrastruktur seiner Kunden im Blick. Probleme rund um Netzstörungen und Systemausfälle werden frühzeitig erkannt und können umgehend bearbeitet werden. „Früher musste ein Mitarbeiter zum Kunden fahren, wenn etwas nicht funktionierte“, sagt Aklibasinda. Heute ist das nur noch in seltenen Fällen notwendig. ●

„
Cyberschutz, Updates, Rechnerwartung – Dienstleistungen, die heute noch wichtiger sind als früher.“

ERDEM AKLIBASINDA



„Es ist gut angelaufen.“

JÖRG NEUHOFS



Jörg Neuhofs (rechts) und Sebastian Höfig bieten ihren Kunden individuelle Lösungen.

Traditionsschreinerei IN NEUER HAND

Zwei Monate nach ihrer Unternehmensgründung sehen Jörg Neuhofs und Sebastian Höfig positiv in die Zukunft. Aus der in Insolvenz gegangenen Bau- und Möbelschreinerei Klinkhammer GmbH in Meerbusch-Büderich haben sie Teile der Betriebsausstattung erworben und die Räumlichkeiten von dem Vermieter angemietet. „Die Auftragslage ist gut, es ist gut angelaufen“, so Neuhofs. 35 Jahre lang war die alteingesessene Bau- und Möbelschrei-

nerie Klinkhammer GmbH eine gute Adresse für alle Tischlerarbeiten rund ums Haus. 2021 wurde sie von einem Meister übernommen, der die Firma im Frühjahr insolvent erklären musste. Wie in diesen Fällen üblich, übernahm der Insolvenzverwalter die geplante Abwicklung der Firma. Er machte den Gesellen der Firma, Jörg Neuhofs sowie Sebastian Höfig, ein „Angebot, das wir nicht ablehnen konnten“: Neuhofs und Höfig erhielten die Chance, aus der Firma einen großen Teil des Inventars zu über-

nehmen. Dann ging alles ganz schnell. Ein Vorteil war, dass Neuhofs schon Pläne für eine Selbstständigkeit und sich mit den Inhalten eines Businessplanes auseinandergesetzt hatte. Mit Hilfe von Freunden und Verwandten schafften sie es, den nicht unwesentlichen finanziellen Teil zu stemmen. Durch die „Altgesellen-Regelung“ konnte sich der 39-jährige Neuhofs, da er bereits 22 Jahre Berufserfahrung besaß und vier Jahre in einer leitenden Position tätig war, in die Handwerksrolle eintragen lassen.

Nun können sie wieder „nach Maß und auf Kundenwunsch“ im Fenster- und Türenbau, und der Möbeltischlerei tätig werden sowie – nicht unwichtig – die Sparte Gebäudesicherheit weiterführen, da Sebastian Höfig die notwendigen Zertifikate besitzt. Es bestehen schon Pläne, einen weiteren Gesellen einzustellen. Die positive Auftragslage macht es möglich. ●

Damit die Kasse stimmt:

IT-UNTERSTÜTZUNG FÜR SUPERMÄRKTE

Redouan Yotla gründete seine Firma ReNoar IT Solutions im Jahr 2015. Damals noch im Alleingang. Tagsüber arbeitete er im Außendienst, abends am Schreibtisch. Eine wichtige Erfahrung, denn er kennt alle „Problemlagen“, mit denen seine Mitarbeiter konfrontiert werden, aus eigener Erfahrung. Yotla spezialisierte sich auf den „Point of Sale“, die Kasse aus dem Supermarkt. ReNoar erledigt die Updates ebenso wie den Austausch der Hardware, den Eichservice von Bedien- oder Check-out-

waagen und den Austausch von Access Points. Weiter gehört zum Angebot der Firma die Vermietung mobiler Kassen ebenso wie Wartung und Reparatur sowie Schulungen. Redouan Yotla beschäftigt 46 Mitarbeiter an drei Standorten: Meerbusch, Bargfeld-Stegen und Nürnberg. Dies ermöglicht es, innerhalb kurzer Zeit die Einzelhändler bundesweit rasch bedienen zu können. Zu den Mitarbeitern gehören vier Studenten und Auszubildende sowie 30 Mitarbeiter im Außendienst. „Unser Team ist vielseitig aufgestellt“, sagt Redouan Yotla, „vom IT-Spezialisten über den Kaufmann bis hin zur



„Unser Team ist vielseitig aufgestellt.“

REDOUAN YOTLA

Juristin sind viele Professionen vertreten. Das ist unsere Stärke.“ Seinen Erfolg über acht Jahre hinweg erklärt der Firmengründer so: „Viel Ausdauer, Zuversicht, Menschen, die mir den Rücken stärken und den unbändigen Willen, etwas zu erschaffen.“ Mit Blick auf die Probleme während der Corona-Pandemie sagt Yotla: „Mein Antrieb, trotz schwieriger Zeiten durchzuhalten, war oftmals der Gedanke, dass über 40 Familien von dem Ertrag dieser Firma abhängig sind. Allein deswegen lohnt es sich, alle Kraft zusammenzunehmen.“ ●



Foto: privat

Fünf Generationen BACKTRADITION

Die Bäckerei Wieler feiert ihr 125-jähriges Bestehen. Inzwischen gibt es zehn Filialen, gebacken wird nach wie vor in Lank.

Text: REGINA GOLDLÜCKE

Man muss lange suchen, bis man in Meerbusch einen Handwerksbetrieb findet, der eine ähnlich beeindruckende Tradition aufzuweisen hat wie die Bäckerei Wieler. 1898 von Johann Wieler gegründet, blieb sie seitdem ununterbrochen im Familienbesitz – von Generation zu Generation. Inzwischen steuern zwei Frauen die Geschicke: Sylvia Wieler als Geschäftsführerin, ihre Tochter Hannah als Leiterin der Produktion. Die 24-Jährige ist gelernte Bäcker- und Konditormeisterin und absolviert gerade noch zusätzlich ein berufsbegleitendes BWL-Studium mit Schwerpunkt Bäckerei-Management. „Ich bin so froh, dass sie mir so toll zur Seite steht“, sagt Sylvia Wieler. „Mit Hannah übernimmt die fünfte Generation Verantwortung für unsere Bäckereien.“ Sieben Standorte sind es inzwischen in Meerbusch, dazu kommen zwei Filialen in Neuss und eine in Willich-Neersen. Produziert wird ausschließlich am Standort in Lank. Der November ging als Jubiläumsmonat in die Wieler-Geschichte ein. Und natürlich wurde der 125. Geburtstag ordentlich gefeiert. „In erster Linie mit unseren Mitarbeitern“, sagt Sylvia Wieler. „Vor allem ihnen und ihrer Loyalität gehört unser Dankeschön. Sie sind unser allergrößtes Kapital, das wir heute mehr denn je zu schätzen wissen. Viele sind schon Jahrzehnte bei uns.“ Die Party stieg am 18. November im benachbarten Diva in Lank, mit Cocktails, Essen und Musik. Und mit einer stattlichen Truppe von mehr als 100 Gästen: den 90 Festangestellten, den Aushilfen und auch ehemaligen Mitarbeitern. „Eine Rentnerin reiste extra aus Nürnberg an“, berichtet Sylvia Wieler. „Wir haben in unserem Betrieb ein starkes Zusammengehörigkeitsgefühl und den Familiengedanken als wichtigstes Gut immer gelebt.“ Auch die Bäckerei-Kunden sollen im November ein kleines „Geburtstags-Goodie“ bekommen haben, einen Baumwollbeutel. Einige Brot- und Brötchen-Spezialitäten wurden zum Sonderpreis angeboten. Dennoch schleicht sich in das fröhliche Fest auch Wehmut ein. Beim 120. Firmenjubiläum 2018 war Jochen Wieler noch der Chef. Bald darauf erkrankte er schwer. Dennoch kam sein Tod 2019 völlig überraschend. Seine Witwe musste ihn von heute auf morgen ersetzen und den

Betrieb managen. „Es half alles nichts, ich musste mich in meiner großen Trauer irgendwie durchbeißen. Auch in diesen schweren Tagen waren unsere treuen Mitarbeiter meine wichtigste Stütze“, sagt sie. Einschlägige Erfahrung aus dem kaufmännischen Bereich brachte Sylvia Wieler mit. Seit ihrer Heirat 1990 hatte sie in der Wieler-Verwaltung gearbeitet. „Ich bin da reingeschlittert. Mein Mann musste den Betrieb nach dem frühen Tod seines Vaters ebenso plötzlich übernehmen wie ich“, erzählt sie. „Beide starben mit nur 56 Jahren.“ Vom Backen selbst verstand sie wenig. „Umso glücklicher war ich, dass Hannah sich schon damals für die Nachfolge entschieden hatte. Das Geschäft in fremde Hände zu geben, wäre uns niemals in den Sinn gekommen.“ Man habe sie nie in den Beruf gedrängt, versichert Hannah Wieler. „Er war immer mein Wunsch, und er macht mir bis heute sehr viel Spaß.“ In der Backstube aufgewachsen wie einst ihr Vater sei sie aber nicht. Als Teenager habe sie im Verkauf ihr Taschengeld aufgebessert, erzählt sie. „Das Interesse für den Betrieb war natürlich da, aber richtig kennengelernt habe ich ihn erst in der Lehre, das war 2017 nach meinem Abitur. Allerdings kann ich mich sehr gut an das wohlige Gefühl erinnern, wenn ich beim Heimkommen den Duft nach frischem Brot erschnupperte. Das war mein Zuhause, das war Geborgenheit.“ Und wie alle ihrer Zunft liebte auch Hannah Wieler nach einer Nachtschicht den Anblick der frischen Backwaren in den Regalen: „Man sieht, was man mit eigenen Händen geformt und geleistet hatte, etwas Befriedigenderes gibt es kaum.“ Heute sind die Nachtschichten etwas seltener geworden, Online-Vorlesungen und die gelegentliche Präsenz an der Uni Mannheim schlucken viel Zeit. Doch nach wie vor gilt ihre Leidenschaft der Entwicklung neuer Produkte – damit der Spagat zwischen Tradition und Innovation auch künftig gelingt. Wirtschaftlich stand die Bäckerei immer gut da. Aber Sylvia Wieler musste auch harte Zeiten durchstehen. „Kaum hatte ich den Betrieb übernommen und geglaubt, das erste Mal etwas aufatmen zu können, kam Corona“, erinnert sie sich ans Frühjahr 2020. „Als wir dazu übergangen, die Mitarbeiter in Schichten einzuteilen, dachten wir an zwei,

„

Man sieht, was man mit eigenen Händen geformt und geleistet hat, etwas Befriedigenderes gibt es kaum.

HANNAH WIELER



Sylvia Wieler und Tochter Hannah führen die Bäckerei mit sieben Standorten in Meerbusch. Das Duo hat das Unternehmen auch durch schwere Zeiten geführt.

drei Wochen, doch nicht an zwei Jahre.“ Mutter und Tochter steuerten den veränderten Pandemie-Betrieb durch alle Untiefen. „Wir führten damals eine Mittagspause ein, um alles zu desinfizieren und durchzulüften“, sagt Hannah Wieler. „Alle hatten Angst, sich anzustecken, jede Begegnung mit anderen Menschen schien riskant. Deshalb waren unsere Mitarbeiter, die das geschafft haben, die Helden an der Front.“ Fragt man Sylvia Wieler nach den gravierendsten Entwicklungen der vergangenen Jahrzehnte, fallen ihr zuerst die veränderten Essgewohnheiten ein, gekoppelt an ein erhöhtes Gesundheitsdenken. „Wir haben überhaupt keine Sahnetorten mehr im Sortiment, und wir süßen deutlich weniger“, sagt sie. „Bei den Zimtsternen haben wir in einem Jahr die Zuckermenge um die Hälfte reduziert.“ Auch viele Brote wurden von 1500 Gramm auf 750 Gramm verkleinert, ein Zugeständnis an die Single-Haushalte. Die heute üblichen, ins Geschäft integrierten Cafés habe es früher nicht gegeben: „Das fing mal ganz klein mit einem einzigen Tischchen an.“ Hannah Wieler führt die Besinnung auf alte Getreidesorten wie Dinkel an oder die neu erwachte Liebe zum Filterkaffee. „Generell ist zu beobachten, dass die Sortimente verkleinert werden, dafür aber

viel mehr Wert auf Qualität gelegt wird“, ergänzt sie. „Keine überladenen Produkte, sondern präzise ausgewählte Sachen, bis ins letzte Detail.“ Irgendwelche Auffälligkeiten bei den einzelnen Filialen? Mutter und Tochter sehen sich an, lachen und sagen wie aus einem Mund: „Die Rosinen!“ Dieses Phänomen zeigte sich momentan wieder bei den Weckmännern zu St. Martin. Typisch rheinisch werden sie in Lank gern „mit“ bevorzugt. Doch je näher die Bäckerei an Düsseldorf rücke, werden Rosinen verschmäht, etwa in Büderich. Manche St. Martin-Komitees bestellten die einst begehrte Zutat mittlerweile nur noch für Erwachsene, Zugbegleiter und Senioren. „Immer weniger Kinder mögen Rosinen“, haben die Wieler beobachtet. November und Dezember sind die arbeitsreichsten Monate. Erst kommt St. Martin, dann Nikolaus, dann die Weihnachtssaison. „Eine Mitarbeiterin kümmert sich bei uns ausschließlich um das Verpacken von Adventsgebäck“, erzählt Sylvia Wieler. „Schon seit Längerem sind unsere Konditoren bis zu vier Mal wöchentlich nur mit Zimtsternen, Printen und Spekulatius beschäftigt. Es wird ja alles frisch gemacht. Wir sind und bleiben eine Handwerksbäckerei.“ ●

ANGEBOTE für UNTERNEHMEN

Bei der Wirtschaftsförderung der Stadt Meerbusch gibt es eine Vielzahl von Serviceangeboten, die sich an Bestandsunternehmen, aber auch an solche richten, die sich in Meerbusch ansiedeln möchten.

- Die Wirtschaftsförderung der Stadt ist erster Ansprechpartner für ansiedlungsinteressierte Unternehmen oder solche, die hier bereits ansässig sind und sich erweitern möchten.
- Sie unterstützt bei Standortverlagerungen, Umbau- und Erweiterungsvorhaben.
- Sie unterstützt die Unternehmen und Investoren bei ihren Vorhaben, indem sie sie bei behördlichen Genehmigungsverfahren begleitet.
- Sie vermittelt Informationen und Kontakte zu den verschiedenen Themen wie Fachkräftesicherung, Praktikums- und Ausbildungsplatzsuche, Existenzgründung, Förderprogrammen, Weiterbildungsangeboten und dergleichen mehr.
- Sie betreut die hiesigen Unternehmen im Rahmen der Bestandspflege.
- Sie steht mit Rat und Tat zur Seite und vermittelt den richtigen Ansprechpartner innerhalb der Verwaltung.

BEI FRAGEN RUND UM
WIRTSCHAFT, BAUEN UND GEWERBE
KANN MAN SICH DIREKT AN
FOLGENDE ANSPRECHPARTNER
WENDEN:

**Stephan
Benninghoven**



Referent für Wirtschaftsförderung
Telefon 02132 916-333
E-Mail: stephan.benninghoven@meerbusch.de

**Anika
Kleinert**



Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing
Telefon 02132 916-409
E-Mail: anika.kleinert@meerbusch.de

**Anette
Schlampp-Jost**



Sekretariat Wirtschaftsförderung
und Öffentlichkeitsarbeit
Telefon 02132 916-413
E-Mail: anette.schlampp-jost@meerbusch.de

**Heike
Fröhlich**



Fachbereich Bürgerbüro,
Sicherheit und Ordnung
Gewerbean-, -um- und -abmeldung,
Auszüge Gewerbezentralregister
Telefon 02132 916-170
E-Mail: heike.froehlich@meerbusch.de

**Diana
Bianca Witt**



Fachbereich Straßen und Kanäle
Sondernutzungen für Außengastronomie
Telefon 02150 916-258
E-Mail: diana-bianca.witt@meerbusch.de

**Matthias
Schneiders**



Abteilungsleiter Stadtplanung
Strategische Stadtentwicklung,
Bauleitplanverfahren, Baugestaltung
Telefon 02132 916-328
E-Mail: matthias.schneiders@meerbusch.de

JETZT DEN
NEWSLETTER DER
WIRTSCHAFTSFÖRDE-
RUNG ABONNIEREN UND
STETS GUT INFORMIERT
SEIN. SCHICKEN SIE EIN-
FACH EINE E-MAIL AN:
STANDORT@MEER-
BUSCH.DE.

Ihre **IDEEN**
sind gefragt:

Sagen Sie uns Ihre
MEINUNG



Foto: Stadt Meerbusch

Wir hoffen, Ihnen hat die siebte Ausgabe von Standort Meerbusch, dem Magazin der Meerbuscher Wirtschaftsförderung, gefallen. Die nächste Ausgabe, die im Sommer 2024 erscheint, wird bald geplant.

Und hier kommen Sie ins Spiel: Ihr Geschäft oder Ihr Unternehmen feiert in diesem Jahr ein Jubiläum? Dann geben Sie uns Bescheid. Sie haben etwas wegweisend Neues in ihre Angebotspalette aufgenommen? Sprechen Sie uns an. Sie haben ein Projekt entwickelt, über das noch viel zu wenig bekannt ist? Wir freuen uns über Ihre Nachricht.

Und grundsätzlich: Berichten Sie uns gerne, wie Ihnen unser Magazin gefällt, stellen Sie uns Ihre Fragen, teilen Sie mit uns Ihre Anregungen rund um den Standort Meerbusch.

Sie erreichen uns ganz einfach per E-Mail an: standort@meerbusch.de. Wir freuen uns auf Ihre Ideen!



Impressum

Verlag:

Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH,
Zülpicher Straße 10, 40196 Düsseldorf

Geschäftsführer:

Johannes Werle, Hans Peter Bork, Matthias Körner

Herausgeber:

Stadt Meerbusch – Der Bürgermeister
Wirtschaftsförderung
Stephan Benninghoven (verantwortl. Inhalt),
E-Mail: standort@meerbusch.de

Anzeigen- und Objektleitung:

Sebastian Hofer (verantwortl. Anzeigen)
Sandra Kluck (Anzeigen)
E-Mail: sandra.kluck@ngz-online.de, **Tel.:** 02131 404-360
Petra Forscheln (Produktmanagement Corporate Publishing)
E-Mail: petra.forscheln@rheinische-post.de, **Tel.:** 0211 505-2911

Redaktion und Produktion:

Rheinland Presse Service GmbH,
Monschauer Str. 1, 40549 Düsseldorf
Felix Förster

Kontakt: 0211 528018-18, redaktion@rheinland-presse.de

Layout: Christian Küller, www.zweimeterdesign.de

Planung: Michael Gorgs, Felix Förster

Autoren: Felix Förster, Wolfgang Weitzdörfer,
Regina Goldlücke, Monika Götz, Sigrid Blumen-Radermacher

Druck:

Rheinische DruckMedien GmbH
Zülpicher Straße 10, 40196 Düsseldorf

Titelbild: Alois Müller



Wie werden wir erfolgreich nachhaltig und nachhaltig erfolgreich?

**Gemeinsam finden wir
die Antworten für morgen.**

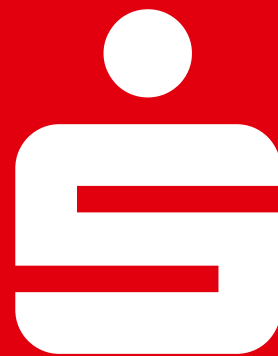
Machen Sie den Wandel zur Chance: mit umfassender
Beratung und der passenden Finanzierung.
Mehr dazu: sparkasse.de/unternehmen



In Partnerschaft mit:

Deutsche Leasing | 

Weil's um mehr als Geld geht.



**Sparkasse
Neuss**