



## Firmenporträt: **DURABLE**



## Schwerpunktthema: **Stadtmarketing**



Gesellschaft für  
Wirtschaftsförderung Iserlohn mbH

# INNOVATION ISERLOHN 1/2008



Ihr Unternehmen soll wachsen?  
Wir helfen Ihnen dabei.

 **Sparkasse  
Iserlohn**

Als Finanzpartner Nr. 1 sorgen wir für Aufwind: Mit ganzheitlichen Finanzierungs- und Beratungslösungen von Existenzgründung, über Expansion auch ins Ausland, bis hin zur Nachfolgeregelung. Infos in Ihrem Sparkassen-Firmenkunden-Center und unter [www.sparkasse-iserlohn.de](http://www.sparkasse-iserlohn.de). **Wenn's um Geld geht – Sparkasse.**

Liebe Leserin, lieber Leser,

unsere Wirtschaftsförderungsinformation „Innovation Iserlohn“ geht in 2008 in das 11. Jahr. Die vorliegende Schrift ist seit Erscheinen die 29. Ausgabe. Rein statistisch kommen wir damit auf einen Jahreschnitt von fast 3 Ausgaben.



Bereits im letzten Jahr zeichnete sich in den Redaktionskonferenzen ein Meinungsbild ab, zukünftig pro Jahr nur noch mit zwei Ausgaben präsent zu sein, aber die Gliederung der Publikation beizubehalten. Das heißt auch, den Umfang nicht wesentlich zurückzufahren. Wir werden uns daher auch weiterhin bemühen, die bekannten Rubriken wie Schwerpunktthema, Firmenporträt, zur Person, etc. mit guten Inhalten und damit wissenswerten Informationen zu füllen.

Nachdem uns die angenehmen Temperaturen jetzt im Mai bereits Lust auf die schönen Sommermonate gemacht haben, hoffe ich, dass wir anders als im letzten Jahr die anstehenden Veranstaltungen in Iserlohn bei schönem Wetter genießen können. Allem voran die Fußball-Europameisterschaft! Nach dem Erfolg der innerstädtischen Großbildleinwand zur FIFA WM 2006 soll erneut die Öffentlichkeit auf dem Schillerplatz an spannenden Spielen teilnehmen können.

Dass solche Leuchtturmprojekte nur in einem angenehmen, gesamtstädtischen Umfeld einen nachhaltigen Eindruck hinterlassen, dürfte selbstverständlich sein. Wir haben – auch vor dem Hintergrund der bekannten Übernahme der Bereiche Stadtmarketing, Stadtinformation und Tourismusförderung durch unsere Gesellschaft in den letzten Mo-

naten – in der vorliegenden Ausgabe von „Innovation Iserlohn“ wesentliche Daten und Fakten zusammengetragen. Ich finde, Iserlohn hat bei der (inner-)städtischen Entwicklung einen richtungweisenden Weg beschritten. Wir sind als Mittelzentrum in der Region – anderes als noch vor einigen Jahren – gut aufgestellt und werden wahrgenommen, vom Einzelhandel, von Investoren und nicht zuletzt vom Verbraucher.

Entscheidend für die nächsten Dekaden wird die anstehende Entscheidung zur Bebauung des Schillerplatzes sein. Nachdem „unser“ GfW-Standort am Rande von Wasserstraße und Unnaer Straße durch die Verlängerung des Saturn-Mietvertrages funktionell abgesichert ist, bleibt zu wünschen, dass am anderen innerstädtischen Einzelhandels-Pol eine Empfehlung gefolgt wird, die den Wünschen des Konsumenten am nächsten kommt und somit marktfähig ist.

Doch bevor hier die Bagger anrollen, um das Zentrum für eine weitere Karstadt-Epoche wetterfest zu machen, genießen wir in Iserlohn erst einmal das nächste Sommermärchen – und das nicht nur in der Innenstadt.

llhr  
Thomas Junge

#### Schwerpunktthema Stadtmarketing

**Instrument der Stadtentwicklung** ..... 2

**Marketing-Konzept weiterentwickeln** ..... 5

**Schauen, genießen und feiern** ..... 6

**Attraktive Freizeitgestaltung** ..... 8

**Zur Person: Andreas Wanke** ..... 9

**Firmenporträt: DURABLE** ..... 10

**Neues aus Unternehmen** ..... 12

**Aktuelles** ..... 14

**Gewerbeimmobilien-Börse** ..... 17

**Neues aus den Hochschulen** ..... 18

**Blick in die Gründerzentren** ..... 20

## IMPRESSUM

#### Herausgeber:

Gesellschaft für Wirtschaftsförderung Iserlohn mbH  
Kurt-Schumacher-Ring 5  
58636 Iserlohn  
Telefon (0 23 71) 80 94-0  
Fax (2 23 71) 80 94-21  
<http://www.gfw-is.de>  
(gestaltet von i-factory, Iserlohn)

**Verantwortlich** (i.S.d.P.): Thomas Junge

#### Redaktion:

Astrid Wagner, Thomas Haude, Martin Zirbes

#### Produktion:

Medienagentur Martin Zirbes

**Druck:** Druckerei Uwe Nolte

**Auflage:** 3000

**Erscheinungsweise:** halbjährlich

# Instrument der Stadtentwicklung

## Stadtmarketing sollte eine Stadt verändern und das Profil schärfen

von Mario S. Mensing, Geschäftsführer der CIMA Beratung + Management GmbH

Stadtmarketing hat sich in Deutschland seit über 25 Jahren etabliert. Im Unterschied zu seinen Vorläufern, die es so lange gibt, wie es Städte gibt – man denke nur an die intensive Werbung für Pilgerfahrten im Mittelalter – betrachten wir das kooperative Stadtmarketing als Instrument der Stadtentwicklung, dessen Bedeutung über die Werbung für die Stadt weit hinausgeht und dessen Besonderheit in der Bildung einer öffentlich-privater Partnerschaft liegt.

Nicht mehr als reine kommunale Aufgabe („Fremdenverkehrsamt“ der 50er Jahre), sondern in – häufig institutionalisierter – Kooperation zwischen privaten und öffentlichen Akteuren werden Ziele und Maßnahmen entwickelt und umgesetzt. Am häufigsten in folgenden Feldern: gewerbliche, kulturelle und soziale Angebotsstruktur der Stadt, Erreichbarkeit, Gestaltung der Stadt, Erlebnisse und Ereignisse in der Stadt sowie Stadtkommunikation und -werbung.

Stadtmarketing ist in Deutschland überwiegend erfolgreich und wird häufig mit großer Kraft und viel Professionalität betrieben. Es bleibt dennoch regelmäßig hinter den Erwartungen zurück. Der Grund dafür ist regelmäßig die zu geringe Bereitstellung von Ressourcen und Kompetenzen in Verbindung mit den überhöhten Erwartungen an eine „eierlegende Wollmilchsau“. Da aber der Druck auf die Akteure durch die sich zuspitzenden Rahmenbedingungen (Verschärfung des interkommunalen Wettbewerbs bis hin zu Globalisierungseffek-

ten, Demographie, Konzentrationsprozesse und Strukturbrüche im Handel und anderen Wirtschaftsbereichen) zunimmt, werden Stadtmarketing-Projekte im zweiten oder dritten Anlauf doch noch erfolgreich, weil die Erwartungen und die Mittelausstattung in Gleichklang gebracht werden. Das Spektrum und die Komplexität von Finanzierungs- und Beteiligungsmodellen ist größer geworden. Viel Ballast, der die Umsetzungsfähigkeit beeinträchtigt hat, wurde abgeworfen. Während die erste Generation des Stadtmarketings zwischen 1988 und etwa 2002 häufig noch von breit angelegten partizipativen Prozessen („Quatschbuden-Marketing“), umfassenden Leitbildentwürfen und einer ernüchternden Umsetzungsbilanz geprägt waren, werden heute schlankere, effizientere und objektivere Methoden der Bürgerbeteiligung

(Panels, Fokusgruppen, repräsentative Befragungen) eingesetzt, die Zielkonzepte räumlich (z.B. „Innenstadt, Stadtteilzentren, Region“) oder inhaltlich (z.B. „Stadt als Marke, Generationenwohnen, Kulturstadt“) fokussiert und die Umsetzung professionalisiert. Es ist weiterhin richtig, Bürgerinnen und Bürger in die Stadtmarketing-Prozesse einzubeziehen. Es dürfen aber keine überzogenen Hoffnungen auf treibende Impulse und kreative Ideen aus der Bevölkerung gesetzt werden. Die müssen von Spezialisten und Profis kommen.

Stadtmarketing sollte im Sinne eines verbindenden Leitbildes und gelegentlich auch institutionell das gemeinsame Dach aller Marketing-Aktivitäten (in) der Stadt bilden. Unter diesem Dach sollen die Teilbereiche Verwaltungsmarketing, Standortmarketing (Wirtschaftsförderung), Touris-

mus-Marketing und City-Marketing unter Berücksichtigung wesentlicher Elemente privatwirtschaftlicher Marketingstrategien zusammengeführt werden. Übrigens darf dieses Schema nicht dogmatisch angewendet werden. So gibt es Städte mit einer hervorragend aufgestellten Wirtschaftsförderungsgesellschaft, aber das Stadtmarketing steht dort noch am Anfang. Es liegt auf der Hand, die funktionierenden Strukturen nicht umzukrempeln, sondern die zusätzlichen Aufgaben dort anzudocken, wo es bereits prima läuft. Zu häufig werden neue Organisationen gegründet, neue Schnittstellen geschaffen, die später mühsam koordiniert werden müssen, neue Häuptlinge (Geschäftsführer) inthronisiert, wo ein paar zusätzliche Indianer mehr bringen würden. Zu viele Partner können Stadtmarketing lähmen oder zum Stillstand bringen.



**Auch die Inszenierung der Stadt gehört zu den Aufgaben des Stadtmarketing.**

### Anforderungen an ein Stadtmarketing der Zukunft

Heute plädiert die CIMA für ein Stadtmarketing, das Städte verändert. Nicht für eines, das lediglich kommunikativ den Ist-Zustand an die Leute bringt. Wo Stadtmarketing mehr als Stadtwerbung sein soll, muss zuerst ein umfassendes Verständnis entwickelt werden. Im Stadtmarketing sollen idealerweise die Aufgaben Entwicklung (Projektentwicklung, Entwicklung des „Produktes“ Stadt), Betrieb (etwa Bewirtschaftung von Infrastrukturen, öffentlichen Räumen und Gebäuden) und Marketing-Kommunikation (Stadtwerbung, Markenführung) zusammengeführt werden. Stadtmarketing in diesem Sinne zielt als Bestandteil integrierte Stadtentwicklungspolitik sowohl auf die Verbesserung der Standortqualität für die Wirtschaft, auf die Erhöhung der Lebensqualität für die Bewohner und Besucher, die Attraktivitätssteigerung v. a. der Innenstadt als auch auf die Effektivierung von Verwaltung und Politik. Diese Zielsetzung vertritt Stadtmarketing nicht exklusiv und auch nicht über sondern neben anderen Akteuren. Seine Rolle versteht sich als zentrale Schnittstelle zur Kommunikation, Kooperation und Koordination in der Stadt.

### Inszenierung der Stadt

Stadtmarketing soll Motor, Moderator und Mit-Gestalter des Strukturwandels sein. Dafür muss die Stadt kundenorientiert (um-) gestaltet und ihre Stärken herausgeputzt werden. Viele natürliche Qualitäten kommen erst zur Geltung, wenn sie „bespielt“ und in Szene gesetzt werden. Die „Inszenierung“ der Stadt wird leider missverstanden und dann diffamiert, dabei ist sie eine so wichtige Technik des Stadtmarketings. Gegenstände der Inszenierung sollen natürlich nicht

gekünstelt oder aufgesetzt sein, sondern aus den Wurzeln der Stadt abgeleitet werden. Sobald ein solches Thema oder Profil bestimmt ist, kann es durch verschiedene Medien und Methoden im öffentlichen Raum inszeniert werden, z.B. durch verschiedene Materialien, Formen und Effekte von Oberflächen, Dekoration, Kunst und Design, Licht- und Wasserinszenierungen.

### Die Stadt als Raum für Talente

Durch die öffentliche Armut (z.B. Schließung öffentlicher Einrichtungen) sowie die Filialisierung und Konzentration im Handel drohen unsere Städte zu verarmen, was die Breite und Tiefe der Angebote angeht. Innovative Konzepte und Initiativen in Handel, Kultur oder Gastronomie gehen häufig in die Kieze, in die Quartiere, in vitale Stadtteile mit hohem Wohnanteil affiner Lebensstilgruppen und lassen sich dort nieder. Wir müssen auch unsere Innenstädte zum Aktionsraum für kreative und talentierte Existenzgründer und neue kommerzielle Konzepte machen. Flächenmanagement, Inkubatoren, pop-up Stores, Vernetzung von City-Management und Wirtschaftsförderung und ein innovationsfreudiges, aufgeschlossenes Stadtklima sind beste Voraussetzungen.

### „Convenience“ in der Stadt

Unsere Gesellschaft ist bequem und steht unter ständigem Zeitdruck. Dieser Entwicklung müssen auch unsere Städte Rechnung tragen: Sie müssen „convenient“ sein, bequem, stressfrei und zeitsparend. Häufig ist genau das Gegenteil der Fall. Gerade in unseren Städten werden Menschen (Kunden) Unbequemlichkeiten zugemutet (schlechtes Parkplatz-

angebot, Tüten schleppen, keine Kundentoiletten, keine Kinderbetreuung, schlechte Straßenmöbel etc.), die sie wegen des größeren Komforts in die Einkaufszentren treiben. Gelegentlich werden Städte von vergeistigten Planern, versteinerten Behörden und Mono-Themenbeauftragten (für Senioren, Behinderte etc.) am runden Tisch so gestaltet, dass am Ende das Ergebnis (der „Köder“) den Anglern schmeckt, aber nicht mehr den Fischen. Da beißt kein Kunde an!

### Stadtprofil erfordert Mut

Ein Stadtprofil gewinnt in der Außenwelt nur durch Konzentration und Einschränkung auf bestimmte Eigenschaften an Schärfe. Dazu fehlt vielen Städten der Mut: Sie versuchen, von allem etwas zu bieten und sich möglichst umfassend zu präsentieren. Dadurch wird jedoch genau das Gegenteil erreicht und keine der Zielgruppen fühlt sich ernsthaft angesprochen.

### Stadtmarketing muss wirtschaften

Die heutigen Organisations- und Finanzierungsformen des Stadtmarketings mit dem Mix aus öffentlichen Zuwendungen und freiwilligen Beiträgen der Wirtschaft sind an die Grenzen ihrer Leistungsfähigkeit gestoßen. Der Nutzen von Stadtmarketing muss evaluiert werden und der Aufwand muss gerechter auf die Nutznießer verteilt werden. Die stärkere Einbindung der Haus- und Grundeigentümer ist in diesem Zusammenhang wegweisend. Aber auch das Selbstverständnis von Stadtmarketing als Kostenfaktor muss sich ändern. Wenn den Stadtmarketing-Organisationen bestimmte Ertragsquellen (wie z. B. Parkraumbewirtschaftung, Ver-



Dipl.-Betriebswirt Mario S. Mensing (42) ist seit zehn Jahren Geschäftsführer der CIMA, einem der führenden Beratungsinstitute für ökonomische Stadtentwicklung im deutschsprachigen Raum. Zuvor leistete er als einer der ersten deutschen City-Manager Pionierarbeit in der Hansestadt Lübeck. Bei seiner Arbeit für Städte und Unternehmen greift der diplomierte Betriebswirt, der an der Hamburger Hochschule für Wirtschaft und Politik auch Soziologie und Recht studierte, auch auf seine kulturelle und politische Erfahrung als Kulturmanager in der damaligen Bundeshauptstadt Bonn zurück. Neben seiner Tätigkeit als Geschäftsführer ist Mensing weiterhin in der Beratung aktiv. Seine Schwerpunktbereiche bei der CIMA sind das Marketing im öffentlichen Sektor, kommunales Management sowie Städtebau und Stadtplanung. Mensing engagiert sich neben der Beratungsarbeit als Dozent an der European Business School (Oestrich-Winkel) und an verschiedenen Hochschulen und Verwaltungsakademien, als stellv. Mitglied des Vorstandes von URBANICOM – Deutsche Vereinigung für Stadtentwicklung und Handel und über lange Jahre als Gründungs- und Vorstandsmitglied der BCSD Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.

anstellungsmanagement und das Management öffentlicher Räume) übertragen werden, können sie Erträge erwirtschaften und ihren Handlungsspielraum selbst erweitern. Die öffentlichen Mittel sind dann nur die Basis, um überhaupt handlungsfähig zu werden.

### City-Management und Quartiersmanagement

Das City-Management konzentriert sich räumlich auf die Innenstadt, das Zentrum einer Stadt. Konzeptionell lehnt sich das City-Management an das Centermanagement an. Das heißt, man versucht die Verfahren eines Managements von Einkaufszentren auf eine Innenstadt zu übertragen. Das geht natürlich nur in Ansätzen. Der wesentliche Unterschied besteht darin, dass im Shopping-Center Mieter und Management durch Verträge aneinander gebunden sind, in der Innenstadt alles auf Freiwilligkeit läuft – oder eben nicht. Dort, wo das City-Management finanziell und personell hinreichend ausgestattet ist, besteht kein Mangel an konzeptioneller Kompetenz, Professionalität und Kreativität. Aber dort, wo es sich von Event zu Event, von Werbeaktion zu Werbeaktion „tingelt“, durch Unsicherheiten auf der Einnahmeseite eine mittelfristige Maßnahmenplanung nicht ermöglicht wird und zugleich die positiven Kräfte vom Phänomen der „Trittbrettfahrer“ zermürbt werden, dort ist City-Management nach einer kurzen Welle der Euphorie häufig nicht dauerhaft erfolgreich. Beim City-Management gilt, was schon beim Stadtmarketing dargestellt wurde: Dem Management müssen formale Kompetenzen und Ertragsquellen zugewiesen werden, wenn es sich dauerhaft etablieren soll. Es muß unternehmerisch geführt werden mit Blick auf geschäft-

liche Chancen, die sich aus der Stärkung des Stadtzentrums ergeben. In Coventry (GB) betreibt das Town Center Management (als unit des Stadtmarketings) z.B. das Glasfaser-Datennetz in der Innenstadt, koordiniert die Stadtreinigung und vergibt die Flächen im öffentlichen Raum für private Nutzungen.

Nicht nur in der Innenstadt, auch in Stadtteilzentren etablieren sich zunehmend solche Managementansätze, z.T. unter der Bezeichnung „Quartiersmanagement“. Sie sind (noch) deutlich zu unterscheiden vom sozialen Quartiersmanagement, das häufig in problematischen Stadtbezirken zur Stabilisierung der sozialen Situation eingesetzt wird und sich oft mit Wohnumfeldverbesserungen, Integration und kulturellen Initiativen beschäftigt. Das ökonomische Quartiersmanagement ähnelt auf kleinräumlicher Ebene eher dem City-Management. Es ist ein Prozeß der Wirtschaftsförderung, ein mikroökonomischer Impuls, immer häufiger ein immobilienwirtschaftlicher Ansatz. Es ist abzusehen, dass die beiden Ansätze an vielen Orten integriert werden.



Von einer Quartierserneuerung wie in der Iserlohner Innenstadt profitieren auch die Hauseigentümer.

### Die Einbindung von Hauseigentümern und das Instrument BID

Von den Trittbrettfahrern und der Bedeutung des Verhaltens der Haus- und Grundeigentümer für die Fähigkeit eines Quartiers oder einer Innenstadt, sich zu erneuern und attraktiver zu werden, kommt man schnell zu der Frage, wie diese finanziell und organisatorisch besser in Aufwertungsinitiativen eingebunden werden können – auch wenn sie es nicht (alle) wollen.

In Kanada und USA am längsten, seit Jahrzehnten aber auch in Neuseeland und Ländern in Afrika oder Südamerika, wurden Erfahrungen mit Business Improvement Districts (BID) als neuem Ansatz zur Vitalisierung städtischer Quartiere gemacht. Mit diesem Konzept verbindet sich die Idee, dass sich alle Hauseigentümer in einem Quartier an einer Aufwertungsmaßnahme beteiligen müssen, wenn sich eine Mehrheit von ihnen dafür entscheidet. Auf diese Weise werden finanziell alle in die Pflicht genommen, die von den Maßnahmen und Optimierun-

gen profitieren und das Auftreten von „Trittbrettfahrern“ wird verhindert. Die Initiative für ein BID geht zumeist von der lokalen Wirtschaft, den Grundeigentümern und/oder den Mietern aus. Typische Maßnahmen zur Aufwertung eines BID-Quartiers sind die Umgestaltung öffentlicher Räume (neues Pflaster, neue Bänke etc.), die Erhöhung des Niveaus von Sauberkeit und Sicherheit über den städtischen Standard hinaus, Marketing und Werbung sowie die Verbesserung des Branchenmixes. Da die BIDs eine private Initiative sind, müssen die Planung und Umsetzung der Maßnahmen von den Privaten (Hauseigentümer und Gewerbetreibende) selber durchgeführt oder in die Hände eines spezialisierten Managements gegeben werden. Die Kommune hilft nur, indem sie die mehrheitlich beschlossene BID-Umlage wie eine öffentliche Abgabe einzieht und dann an das BID weitergibt. BID-Gesetze bestehen in Deutschland bereits in mehreren Bundesländern.

In einigen Bundesländern setzt(e) man, teilweise als Vorstufe zu einer gesetzlichen Regelung, auf freiwillige Modelle zur Einbeziehung der Grundeigentümer, z.B. zeitlich befristete Entwicklungsverträge, die zwischen der Kommune, den Grund- und Immobilieneigentümern und den Gewerbetreibenden geschlossen werden. Sowohl in Hessen als auch in Nordrhein-Westfalen hat man aber nach einer Erprobungsphase festgestellt, dass der Organisationsgrad beim freiwilligen Ansatz hinter den Erwartungen und Notwendigkeiten zurückbleibt. Dennoch wurden im Rahmen der unter dem Titel ISG (Immobilien- und Standortgemeinschaften) durchgeführten und staatlichen geförderten Pilotmodelle teilweise wegweisende Projekte umgesetzt.

# Marketing-Konzept weiterentwickeln

Aufgabenfelder unter dem Dach der GfW zusammengefasst

Stadtmarketing, Stadtinformation, Tourismusförderung, Organisation innerstädtischer Großveranstaltungen – diese Aufgabenfelder sind seit Beginn des Jahres als neuer Geschäftsbereich unter dem Dach der Gesellschaft für Wirtschaftsförderung Iserlohn zusammengefasst. Begonnene Prozesse im Stadtmarketing weiterführen, die Zusammenarbeit aller Beteiligten effektiver gestalten, mit Projekten und Veranstaltungen den Standort Iserlohn weiterentwickeln und dauerhaft attraktiv gestalten lauten die Aufgaben für die GfW, die dazu im neuen Stadtbahnhof eine personell gut ausgestattete „Marketing-Zentrale“ eingerichtet hat.

Als Sachgebietsleiter Stadtmarketing hat dort Andreas Wanke seinen Dienst angetreten (siehe Seite 9). Der Bereich Stadtinformation und Veranstaltungsorganisation liegt in den Händen eines erfahrenen Frauenteam mit der früheren Kulturbüro-Mitarbeiterin Beate Evers als Leiterin. Tanja Götz und Sabine Westhelle waren schon in der „alten“ Stadtinformation tätig. Rosemarie Brönies wurde vom Citymanagement übernommen.

Andreas Wanke  
Telefon 02371 8094-91  
Email wanke@gfw-is.de

Beate Evers  
Telefon 02371 8094-92  
Email evers@gfw-is.de

Rosemarie Brönies  
Telefon 02371 8094-93  
Email broenies@gfw-is.de

Tanja Götz  
Telefon 02371 8094-94  
Email goetz@gfw-is.de

Sabine Westhelle  
Telefon 02371 8094-95  
Email westhelle@gfw-is.de



Das Team der Stadtinformation: Beate Evers, Rosemarie Brönies, Tanja Götz und Sabine Westhelle kümmern sich um Besucherservice und Veranstaltungsorganisation. Foto: Schlünder

## Stadtinformation: Umfassender Service

Als Serviceeinrichtung für Bürger und Besucher versteht sich die Stadtinformation, die gleichzeitig als Geschäftsstelle des Verkehrsvereins Iserlohn fungiert.

Hier gibt es zunächst einmal kostenlos umfassendes Informationsmaterial über Weiterbildungs-, Kultur-, Sport- und Veranstaltungsangebote in und um Iserlohn und in der Regel auch gleich die Eintrittskarten im Vorverkauf dazu. Broschüren und Flyer informieren über touristische Angebote von der vielfältigen Museumslandschaft über die Dechenhöhle bis hin zu Wander- und Fahrradrouten. Dazu sind Stadtpläne und Wanderkarten im Angebot.

Nicht fehlen darf ein kleines Souvenir-Sortiment: Iserlohn-Literatur, Brauerei-Produkte, Iserlohn-Krawatten und -tücher, Kugelschreiber, Schirme, CDs der Musikschule sowie Erzeugnisse der Kornbrennerei Bimberg.

Unternehmen, die Tagungen oder Seminare organisieren und ein Rahmenprogramm anbieten wollen, sind bei der Stadtinformation an der richtigen Adresse. Auch bei der Gestaltung von Klassentreffen und sonstigen Tagesprogrammen bis hin zu Kindergeburtstagen stehen die Mitarbeiterinnen tatkräftig zur Seite.

Eine wichtige Rolle bei vielen Angeboten spielen Stadtführer. Sie werden von der Stadtinformation ausgebildet und betreut. Über das Jahr verteilt sind zahlreiche spannende Themenrundgänge und -fahrten zu festen Terminen im Programm. Darüber hinaus können jederzeit zu speziellen Themen, besonderen Anlässen oder auf die Art der Gruppe abgestimmte Programme zum Pauschalpreis von 30 Euro gebucht werden.

Zu den klassischen Aufgaben einer Stadt-/Touristen-Inforna-

tion gehört die Vermittlung von Unterkünften für Einzelbesucher aber auch große Gruppen die an Veranstaltungen teilnehmen sowie die Werbung für die Waldstadt als lohnendes Ziel in Printmedien und bei Messen. „Zielgruppe sind dabei in erster Linie Tagestouristen“, erläutert Beate Evers. Wichtigste Veranstaltung sei die Reisemesse Essen, wo Iserlohn gemeinsam mit den anderen Städten und Gemeinden des Märkischen Kreises vertreten sei. An Bedeutung gewinnt aber in jüngster Zeit auch die „TourNatur“ in Düsseldorf.

Bei all diesen Aktivitäten präsentiert sich Iserlohn vernetzt in der Region: die GfW arbeitet mit dem Freizeit- und Touristikverband Märkischer Kreis ebenso zusammen wie mit der Sauerland-Touristik und ist Mitglied in „WasserEisenLand“ (ehemals Förderverein Märkische Straße Technischer Kulturdenkmäler) sowie im Förderverein Dechenhöhle.

# Schauen, genießen und feiern

Iserlohn bietet ein 2008 nicht nur im Sommer volles Programm

Attraktive Großveranstaltungen in der Innenstadt und an besonderen Plätzen zeichnen eine lebendige Stadt aus und wirken als Besuchermagnet auf das Umland. Iserlohn hat da auch in diesem Jahr eine Menge zu bieten.

Überaus gelungen war bereits der Auftakt für den Reigen der erstmals von der GfW organisierten Innenstadtveranstaltungen. Der Autosalon mit verkaufsoffenem Sonntag zog am 4. Mai viele tausend Besucher in die Fußgängerzone, wo die heimischen Autohändler und Zubehörlieferanten bei schönstem Frühlingwetter nahezu die gesamte Bandbreite des Automarktes vorstellten.

Im vergangenen Jahr wurde „Iserlohn kulinarisch“ sehr erfolgreich mit neuem Konzept als „Genuss pur“ auf dem völlig umgestalteten Marktplatz wieder belebt. Folgerichtig gibt es 2008 in Zusammenarbeit mit den Eventagenturen Life Project und MAM-Tec vom 7. bis zum 10. August eine Neuauflage des



**Vom pfiffigen Kleinwagen bis zur Luxuslimousine – der Autosalon präsentierte die gesamte Bandbreite des Marktes und lockte tausende Besucher in die Innenstadt.**

genussreichen Spektakels für alle Sinne.

Um kulinarischen und optischen Genuss geht es auch beim Waldstadtfest am 4. und 5. Oktober in Verbindung mit einem verkaufsoffenen Sonntag, wie der

Untertitel „mit Gartenlust und Bacchusfreude“ schon andeutet. Ein Markt mit Köstlichkeiten vorwiegend aus dem Nachbarland Frankreich auf dem Schillerplatz, eine „Weinstraße“ vom Markt zum Alten Rathausplatz, Garteninszenierungen heimischer Garten- und Landschaftsbauer sowie ein Bühnenprogramm versprechen einen tollen Start in den hoffentlich goldenen Oktober.

„Altstadt trifft Innenstadt“ lautet das Motto eines ebenfalls mit einem verkaufsoffenen Sonntag verbundenen Festes am 2. November, mit dem die bauliche Öffnung und Anbindung des Fritz-Kühn-Platzes an die Innenstadt gefeiert wird. Im neuen Rahmen und mit aufwendiger Dekoration der Innenstadt beschließt der Iserlohner Weihnachtsmarkt vom 27. November bis zum 31. Dezember (14. Dezember verkaufsoffener Sonntag)

die Reihe der GfW-Veranstaltungen in der Innenstadt.

## Neuauflage für „Public Viewing“ während der EM

Wenn vom 7. bis zum 29. Juni der Ball bei der Fußball-Europameisterschaft rollt, wird die Innenstadt wie schon beim „Public Viewing“ zur Weltmeisterschaft zum zentralen Anlaufpunkt der Fußballfans. Sämtliche im Fernsehen übertragene Spiele sind auf einer 18 Quadratmeter großen Videoleinwand auf dem Schillerplatz zu sehen. Gastronomische Angebote und ein musikalisches Rahmenprogramm sollen bei der vom Sportamt organisierten Veranstaltung eine ähnlich tolle Partyatmosphäre wie vor zwei Jahren erzeugen.

„Volles Programm“ auch außerhalb des Theaters bietet das Kul-

turbüro. Vom 30. Mai bis zum 1. Juni gibt es eine Neuauflage des Liedermacher-Festivals Wort-Klang. Nach der erfolgreichen Premiere 2007 präsentiert das Kulturbüro mit Marianne Rosenberg, Klaus Hoffmann, Marla Glen, Luxuslärm, Weber-Beckmann und Detlev Jöcker im procar-Gebäude am Seilersee wieder unterschiedlichste Facetten der Liedermacher-Szene.

Gemeinsam mit HerrEvent und den Museen der Stadt Iserlohn lädt das Kulturbüro zum 14. Rocksommer-Open-Air ins Museumsdorf Barendorf. Nach dem Auftakt im April gibt es noch an fünf Samstagen was „auf die Ohren“. Das Kulturfest in Oestrich am 2. August auf dem Herbert-Nolte-Platz mit „Bani Obashwè - Circus aus Afrika“ ist ein weiterer Höhepunkt der Freiluftsaison.

Als besonderer Besuchermagnet wirkt traditionell das große

Schützenfest des IBSV mit Musikparade und zwei Festumzügen in Iserlohn. In diesem Jahr steht das Fest vom 27. bis zum 30. Juni auf dem Terminkalender.

In der Letmather Innenstadt sorgen die Stadt mit der Kiliankirmes vom 18. bis zum 21. Juli und die Werbegemeinschaft Letmathe mit dem Cityfest am 7. und 8. Juni sowie dem großen Brückenfest vom 29. bis zum 31. August für unterhaltsamen Rummel. Der Heimatverein Letmathe lädt wieder zum Klang- und Lichterfest für den 16. August in den Volksgarten ein.

Als außergewöhnlich attraktive Weihnachtsmärkte mit Ausstrahlung weit ins Umland werden die Veranstaltungen im Park von Haus Letmathe (28. bis 30. November und 5. bis 7. Dezember) sowie im Museumsdorf Barendorf am 2. und 3. Adventswochenende wie immer die Besucher begeistern.



**Fußballfieber auf dem Schillerplatz: Wiederholung folgt in diesem Jahr während der Europameisterschaft.**



umwegfrei ...  
einwandfrei ...  
sorgenfrei ...

Parken im  
Parkhaus Altstadt.



Infos: [www.gfw-is.de](http://www.gfw-is.de)

**Mönnig**  
MALERGESCHÄFT

**Fassadengestaltung**

Fassadenanstriche, Beschichtungen,  
Strukturputze, Fassadenbeschriftung,  
mehrfarbige Lasurtechniken,  
Gerüststellung und Koordination  
notwendiger anderer Gewerke.

Perfekt ausgeführt von Ihrem  
Meisterbetrieb.

MÖNNIG Malergeschäft GmbH  
Peterstraße 15 • 58636 Iserlohn  
Telefon (0 23 71) 2 47 28 • Telefax (0 23 71) 1 26 29  
E-Mail: moennig-maler@t-online.de

über  
135 JAHRE

# Attraktive Freizeitgestaltung

Iserlohn hat auch aus touristischer Sicht viel zu bieten

Iserlohn ist sicherlich keine „Touristenhochburg“, doch verfügt die Stadt durchaus über ein touristisches Angebot, das für Tagesausflügler, Sauerland-Rundreisende aber natürlich auch für die Naherholung suchenden Einwohner attraktive Freizeitgestaltung verspricht.



**Radfahren und Wandern in der Natur – da hat die Waldstadt Bewohnern und Besuchern viel zu bieten.**

Dank der vielfältigen Museumslandschaft und der Wander- und Radwege lassen sich je nach Geschmack viele interessante Tagesprogramme gestalten. Spätestens seit dem deutschen Wandertag 2001 empfiehlt sich die Stadt als Wanderregion. Mehr als 200 Kilometer gut gekennzeichnete Wanderwege laden ein, zu jeder Jahreszeit die Natur zu erleben und verschiedene Sehenswürdigkeiten zu besuchen.

gemeinen Trend trägt Iserlohn mit zehn verschiedenen Routen innerhalb des Stadtgebietes und darüber hinaus seinem Historischen Drahthandelsweg nach Altena Rechnung. Ein interessant beschriebener Weg verbindet die beiden Städte.

Zauberhaft mystisch – und immer anders: Das ist das Markenzeichen der neu eingerichteten Sauerland Waldroute von Iserlohn über Arnsberg nach Masberg, die am 17. Mai am Eingangportal

Wie wär's zum Beispiel mit einer Wanderung rund um Iserlohn in fünf Etappen? Oder mit einer Themenwanderung. Diesem all-



**Die Dechenhöhle ist wohl die bekannteste Touristenattraktion Iserlohns.**

(Parkplatz Alexanderhöhe) feierlich eröffnet wird. Für ausgiebige Radtouren bietet Iserlohn außerdem ein Radwegenetz mit über 40 Kilometern Länge an.

Wie vielfältig touristische Angebote innerhalb der Stadt sind, verdeutlicht schon das Themen-Spektrum der bereits erwähnten Stadt- und Museumsführungen:

- Geschichtliche Entwicklung
- Städtebauliche Entwicklung
- Industriegeschichtliche Entwicklung
- Architektur
- Galerien
- Kirchengeschichte einschl. Kirchenführungen
- Frauen in Iserlohn
- Schulgeschichte
- Stadtmuseum
- Handwerks- und Postgeschichtliches Museum
- Historische Fabrikanlage Maste-Barendorf (Nadelmuseum und Historischer Gelbguss)

Dazu kommen die Rundfahrten durch die Stadtteile mit Zwischenstopps etwa in Barendorf, der Kornbrennerei Bimberg, der Johanneskirche Hennen, dem Schmiedemuseum Balbach oder bei Fischzucht Primus.

Das bundesweit und im Ausland wohl bekannteste touristische Ziel Iserlohns dürfte die Dechenhöhle

im Grünen Tal sein. Sie ist eine der schönsten und meistbesuchten Schauhöhlen Deutschlands. Das angeschlossene Deutsche Höhlenmuseum, pädagogische Programme und Sonderführungen bieten auch für Kenner der Höhle immer wieder Neues.

Einen überregionalen Ruf hat sich auch die Städtische Galerie erarbeitet, vor allem dank etlicher Ausstellungen von Arbeiten international gefeierter Fotokünstler. Die Villa Wessel an der Gartenstraße erreicht mit ihren Kunstaussstellungen ebenfalls immer wieder Interessenten weit über Iserlohn hinaus.

Zahlreiche Hotels, darunter zwei Vier-Sterne-Häuser, Gasthöfe und Pensionen bieten ihren Gästen, was die Unterbringung, das Angebot an Speisen und Getränken und die Zerstreung angeht, Komfort auf durchweg hohem Niveau und sind für Tagungen und Seminare in angenehmer Umgebung bestens gerüstet.

Nicht zuletzt verfügt Iserlohn über ein breit gefächertes Angebot an Sportmöglichkeiten und -stätten, darunter mehrere Bäder, die Eishalle, Segelflugplätze und demnächst ein 18-Loch-Golfplatz.

Spitzensport auf höchster Ebene bieten die Iserlohn Roosters, die sich in der Deutschen Eishockey-Liga fest etabliert haben. Die Heimspiele der Puckjäger begeistern die Zuschauer regelmäßig nicht allein nur aus sportlichen Gründen, sondern auch wegen des Eventcharakters einer „Hockeynight am Seilersee“. Aber auch Iserlohner Teams anderer Sportarten tummeln sich in den höchsten Ligen und begeistern ihre Anhänger.

# „Wir-Gefühl“ erzeugen

Andreas Wanke Sachgebietsleiter Stadtmarketing bei der GfW



herigen Stadtmarketingprozess nachzuvollziehen, die Strukturen kennenzulernen und suche das Gespräch mit allen Beteiligten.“ Besonderes Augenmerk richtet Andreas Wanke auf die sogenannten Leuchttürme, also Alleinstellungsmerkmale der Stadt, die es herauszustellen gelte und möglichst durch neu kreierte erweitert werden müssten.

Bei der Weiterentwicklung des Standortes Iserlohn sieht Andreas Wanke eine Aufgabe für das Stadtmarketing in der Erzeugung eines „Wir-Gefühls“ und einer positiven Denkweise. In Deutschland neige man dazu „alles schlecht zu reden“. Die Zusammenführung der verschiedenen Interessengruppen und Einrichtungen in der Stadt in diesem Sinne zu einem effektiven und kreativen Team lautet die sicher nicht ganz einfache Aufgabe für Andreas Wanke, der dabei auch von seiner Erfahrungen als Fußballer profitieren wird.

Dem Fußball ist er als Dortmunder natürlich auch nach seiner aktiven Zeit noch als Fan verbunden. Entspannung findet Andreas Wanke zudem beim Angeln und Skifahren.

Oberflächlich kannte der Dortmunder Andreas Wanke Iserlohn schon durch einige private Besuche, seit dem 1. April beschäftigt er sich nun beruflich und ganz intensiv mit der Stadt, ihren Bewohnern, der Wirtschaft, den Medien, den Tourismus- und Freizeitangeboten, sprich mit allen Aspekten, die für das Stadtmarketing relevant sind. Nach der weitgehenden Zusammenführung der Aktivitäten im Bereich Stadtmarketing einschließlich Stadtinformation und Tourismusförderung unter dem Dach

der Gesellschaft für Wirtschaftsförderung hat der 35-jährige nun als Sachgebietsleiter die Koordination übernommen.

Erfahrung aus dem Bereich Kommunikation und Stadtmarketing kann der Diplom-Geograf bereits vorweisen: Während und nach dem Studium der Wirtschaftsgeografie, Sozial- und Politikwissenschaften an der Universität Bochum arbeitete Andreas Wanke mehrere Jahre als freier Journalist. In den vergangenen anderthalb Jahren hatte er als Projektberater in der

30.000-Einwohner-Stadt Waltrup Stadtmarketing betrieben und unter anderem die Veranstaltungsszene in der Innenstadt erfolgreich wieder belebt. Nach den positiven Erfahrungen dort reizte ihn „die Herausforderung in der größeren Stadt“.

Von der schönen Lage Iserlohns war Andreas Wanke schon beim ersten Besuch angetan. In der Einarbeitungsphase ist er nun damit beschäftigt, viele Puzzle-teile zu einem detaillierten Gesamtbild zusammensetzen: „Ich bin zur Zeit dabei den bis-

# Auf dem Weg zur Premium-Marke

## DURABLE konzentriert sich künftig auf lukrative Nischen

Neues Erscheinungsbild, neue Positionierung im Markt: der Iserlohner Büroartikelhersteller DURABLE Hunke & Jochheim GmbH & Co. KG stellt in diesem Jahr die Weichen für die Fortsetzung der erfolgreichen Geschichte des 1920 gegründeten mittelständischen Familienunternehmens. Das auf schwarz reduzierte und modifizierte Logo wird um den neuen Slogan „The Style of Success“ ergänzt. Auf wenige international verständliche Worte reduziert ist dies die Quintessenz aus Anwenderbefragungen zum Image von DURABLE. Konsumenten verbinden mit der Marke stilvolle, qualitativ hochwertige und innovative Produkte, die aus der Masse herausragen.

Dieses Image wird nun zentraler Bestandteil der Marktstrategie: „DURABLE ist die überlegene Marke für hochwertige Büromaterialien, wenn es darum geht, einen besonders repräsentativen und professionellen Eindruck zu vermitteln. Denn die Darstellung von DURABLE zeichnet sich immer durch ein anspruchsvolles, stilicheseres und dabei unaufdringliches Design und durchdachte



Die DURABLE-Homepage im neuen Erscheinungsbild.

Lösungen aus.“ So beschreibt Geschäftsführer Horst-Werner Maier-Hunke die Markenpositionierung. DURABLE sucht international die ertragreichen Nischen im Premium-Segment und will sich durch emotionalen Mehrwert der Produkte abheben.

Nach wie vor zeichnet sich DURABLE durch besondere Innovationskraft aus: Jedes Jahr werden mehr als 50 neue Produkte eingeführt, wobei das Unternehmen mehr als 25 Prozent des Umsatzes mit Produkten erzielt, die nicht älter als 5 Jahre sind. Mittlerweile besitzt DURABLE rund 80 Patente – etwas Einmaliges im Wettbewerbsumfeld.

### Jedes Jahr 50 neue Produkte Rund 80 Patente

Mit Produkten aus Metall gestartet, mit Kunststoff groß geworden, gewinnt für DURABLE durch die ständige Ausweitung des Produktsortiments heute Metall wieder an Bedeutung. Damit verbunden ist auch ein erweiterter Lagerraumbedarf. So wird der Standort Sümmer-Rombrock mittlerweile fast ausschließlich als Distributionszentrum genutzt. Verwaltung und Produktent-

wicklung befinden sich an der Westfalenstraße in Iserlohn. Produktionsstandorte sind Gotha, Kamen-Methler und Stettin (Polen).

Horst-Werner Maier-Hunke: „Mit rund 700 Mitarbeitern versteht sich DURABLE als mittelständisches Unternehmen mit deutscher Produktionstradition und globaler Ausrichtung.“ Das verdeutlichen auch die Tochtergesellschaften in den Niederlanden, Belgien, Schweden, Frankreich, Österreich, Großbritannien, USA sowie die Repräsentanzen in Russland, Italien und Polen. Darüber hinaus arbeitet das Iserlohner Unternehmen mit renommierten Importeuren zusammen, so dass



Messestand auf der Paperworld 2008 in Frankfurt.



Der Standort Sümmer-Rombrock wird mittlerweile fast ausschließlich als Distributionszentrum genutzt.



eine Marktpräsenz in mehr als 80 Ländern gewährleistet ist.

Berufsausbildung und Nachwuchsförderung haben für DURABLE zentrale Bedeutung. Derzeit bildet das Unternehmen 28 junge Leute in mehr als 10 Berufen aus. Zur kaufmännischen Ausbildung gehören Auslandsaufenthalte in Frankreich, Großbritannien und Belgien. Aber auch Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung sind für das Unternehmen wichtig. „Erfolg benötigt Verantwortung“, weiß Maier-Hunke. DURABLE sehe es als seine Pflicht an, wirtschaftlichen Erfolg mit ökologischer und gesellschaftlicher Verantwortung zu verbinden.



## Kernsanierung und Anbau

Saturn bleibt für weitere zehn Jahre an seinem Standort in der City

Das Elektronik-Kaufhaus Saturn bleibt seinem Standort in der Iserlohner Innenstadt für mindestens zehn weitere Jahre treu und wird seine Verkaufsfläche deutlich erweitern. Die Gesellschafter unterzeichneten jetzt die Verlängerung des Mietvertrages mit der Gesellschaft für Wirtschaftsförderung, die im Gegenzug gut 2,5 Millionen Euro in die Erweiterung und weitere Renovierung der Immobilie investieren wird.

Saturn kann nach dem Umbau gut 3000 Quadratmeter Verkaufsfläche auf zwei Etagen nutzen. Dies wird in erster Linie durch einen Anbau erreicht, der die Lücke zum Berkenhoff-Gebäude schließt. Die dadurch wegfallenden Parkplätze werden auf das Dach des Anbaus verlegt, die Zufahrt erfolgt über das Parkhaus.



Im Zuge des Umbaus erhält das Parkhaus-City eine neue Fassadengestaltung mit waagerechten Glaslamellen und einer dominanten Werbefläche. Illustration: Brüggemann Schmidt

Die Rolltreppenanlage wird zurückgebaut und durch ein Treppenhaus mit gläsernem Aufzug ersetzt. Saturn verzichtet künftig auf den Eingang in der oberen Etage und verlegt die Sozialräume in den ehemaligen Handy-Shop. Der Umbau kommt einer Kernsanierung gleich, da gleichzeitig die gesamte technische

Infrastruktur auf den neusten Stand gebracht wird.

Ein neues Gewand gibt es auch für die Parkhausfassade: Die Trapezbleche weichen waagerechten Glaslamellen; eine dominante Werbefläche setzt den optischen Akzent auf der Ecke zum Kurt-Schumacher-Ring. Die ausfüh-

renden Architekten Brüggemann Schmidt planen den Baubeginn für Mitte des Jahres. Im Mai 2009 will Saturn die Neueröffnung feiern. Der Verkauf läuft aber während der gesamten Bauphase weiter.

„Wir freuen uns sehr, dass mit Saturn ein Ankermieter im Quartier

bleibt und damit auch ein Gegengewicht zum Projekt Schillerplatz gewährleistet ist“, sieht GfW-Geschäftsführer Thomas Junge den Ausgang der Vertragsverhandlungen sehr positiv für Iserlohn. Das Elektronik-Kaufhaus ist übrigens seit 1989 (bis 1999 als MediaMarkt) erfolgreich an diesem Standort.

## Wettbewerb Hightech.NRW: Spitzentechnologie vorantreiben

Mit dem Wettbewerb „Hightech.NRW“ will die nordrhein-westfälische Landesregierung auf dem Weg zu Deutschlands Innovationsland Nummer eins wegweisende Forschungsvorhaben von Hochschulen, Forschungseinrichtungen und Unternehmen fördern und damit international konkurrenzfähige Spitzentechnologie in Nordrhein-Westfalen vorantreiben. Technologie- und Branchenübergreifend fördert der

Wettbewerb „Hightech.NRW“ die Innovationstreiber in Nordrhein-Westfalen.

Hier stehen Vorhaben im Mittelpunkt, die nachweislich dazu beitragen, die Weiterentwicklung der Leit- und Zukunftsmärkte in NRW zu vertiefen und zu beschleunigen. Die möglichen Vorhaben, um dieses Ziel zu erreichen, gliedern sich in zwei Kategorien:

a) Forschungs- und Entwicklungsprojekte zur Stärkung der Zukunftsmärkte  
Hier handelt es sich um Kooperationsvorhaben von Wissenschaft und Wirtschaft, aus denen kurz- bis mittelfristig neue Verfahren und Produkte entstehen können. Förderfähig sind Forschung und industrielle Forschung, vorwettbewerbliche Entwicklung und Studien.

b) Infrastrukturvorhaben  
Förderfähig sind hier Kompetenz- und Anwenderzentren, die innovativen KMU Räumlichkeiten sowie technologisches Equipment im Rahmen ihrer Forschungsvorhaben bereitstellen. Der Integration von kleinen und mittleren Unternehmen als Motoren der Entwicklung kommt eine Schlüsselrolle zu.

Näheres unter [www.ziel2-nrw.de](http://www.ziel2-nrw.de)

## Ausschreibung für EU-Programm „Öko-Innovation“

Die Europäische Kommission hat die erste Ausschreibung im Programm „Öko-Innovation“ veröffentlicht. Das Programm „Öko-Innovation“ ist Bestandteil des Rahmenprogramms für Wettbewerbsfähigkeit und Innovation (CIP). Es ersetzt die frühere unternehmensbezogene Förderung aus dem Programm Life+. Diese Ausschreibung betrifft die Unterstützung von Pilot- und Markteinführungsprojekten im Zusammenhang mit umweltrelevanten Innovationen.

Gefördert werden bei dieser Ausschreibung Projekte in den folgenden Bereichen:

- Umweltfreundliche Produktionsprozesse in den Sektoren Recycling, Nahrungsmittelindustrie und Baugewerbe
- Umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen
- Unterstützung insbesondere kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU) bei der umweltfreundlicheren Gestaltung ihrer Geschäftsabläufe und Produkte

Die gesamte Mittelzuweisung beläuft sich auf 28 Mio. EUR. Anträge sind bis zum 11. September 2008 zu stellen. Die Zuschüsse belaufen sich auf 40 Prozent der förderfähigen Kosten bei großen Unternehmen; 50 Prozent bei mittleren Unternehmen und 60 Prozent bei kleinen Unternehmen.

Weitere Informationen und Details zu dem Programm sowie den ausführlichen Ausschreibungstext unter [http://ec.europa.eu/environment/etap/ecoinnovation/library\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/etap/ecoinnovation/library_en.htm)

Kontakt: Sarah Nisi, Email: [beratungcenter\\_ausland@nrwbank.de](mailto:beratungcenter_ausland@nrwbank.de) oder Tel. 0211-91741-4000

## Inceptum wächst mit Partnern

Das seit über zehn Jahren erfolgreich von den Geschäftsführern Raymond Sherratt und Christian Quanz geführte Unternehmen Inceptum DV-Lösungen GmbH hat Anfang des Jahres entscheidende Weichen für die Zukunft gesetzt, um auch zukünftig den ständig wachsenden Bedarf kaufmännischer und workflowbasierender Softwarelösungen noch professioneller erfüllen zu können.



Raymond Sherratt, Christian Quanz und Roland Schulte.

Anfang des Jahres 2008 wurde das Produktportfolio und Dienstleistungsangebot erheblich erweitert und zusätzliches Personal eingestellt und ausgebildet. Neben dem eigenen Kernprodukt dem WorkflowManagementSystem, welches bereits von über 30 Firmen im heimischen Kreis eingesetzt wird und bestehenden Partnerschaften im Bereich Rechnungs- und Personalwesen wurden zusätzlich weitere strategische Entscheidungen getroffen und umgesetzt.

Die Inceptum DV-Lösungen GmbH wurde einziger zertifizierter Fachhändler im Märkischen Kreis und weiterer Umgebung für das innovative Rechnungswesen der DIAMANT Software AG, die im Mittelstand und in Konzernen eingesetzt wird. Die Referenzen reichen hier vom Dachverband der Industrie und Handelskammern, dem Roten Kreuz, der AWO bis zu kleinen Unternehmen des Mittelstandes. Die DIAMANT Software AG wurde in 2007 bundesweit zum Top-Innovator 100 gekürt.

Auch für das Personalwesen im Mittelstand wurde eine wichtige Partnerschaft mit S+P Software einen führenden Softwarehersteller im Lohnbereich geschlossen, um branchenneutral wirklich

allen Unternehmen Dienstleistungen anbieten zu können.

Als absoluten Höhepunkt für die heimische Region gelangt es der Inceptum, den Status SAP Channel Partner zu erhalten. Einzig aus diesem Anlass wurde im gleichen Hause die Inceptum Business Solutions GmbH gegründet, deren Geschäftsführer Roland Schulte wurde. SAP ist somit auch in unserer Region für die kleinen und mittleren Unternehmen in den Bereichen Produktion, Handel und Dienstleistung mit Business One bereits ab einem User präsent. Damit zeigt SAP eindeutig Flagge für Unternehmen wirklich aller Größenordnungen.

Nach neusten Umfragen zum Thema ERP (frei übersetzt: integrierte Warenwirtschaft, Finanzbuchhaltung inklusiv einem Kundenbeziehungsmanagement/CRM) sind bei fast der Hälfte der befragten Mittelständler erhebliche Investitionen in den kommenden Monaten geplant.

Ursachen für die gestiegene Nachfrage findet man in der Tatsache, dass ein Großteil der eingesetzten Softwarelösungen veraltet, nicht mehr zeitgemäß und auf neuen Betriebssystemen wie Windows Vista nicht mehr

voll funktionsfähig sind. Hinzu kommt häufig auch die Abhängigkeit von selbstprogrammierten Lösungen, die abgelöst werden sollen. Bei kleineren Unternehmen werden teilweise sogar Provisorien unter Word und Excel eingesetzt, die einer investitions-sicheren Entscheidung weichen sollen.

Selbst kleinere Unternehmen wissen, wie wichtig eine Rundumsicht auf alle unternehmenskritischen Prozesse im Vertrieb, Finanzwesen, Einkauf, Lagerverwaltung und Fertigung sind, um die Unternehmensleistung deutlich zu verbessern und nachhaltiges Wachstum zu erzeugen. Die Firmen suchen kostengünstige, Unternehmenslösungen, die passgenau auf die eigenen Anforderungen zugeschnitten sind und möchten diese Projekte innerhalb kürzester Zeit einschließlich vorhandener Datenbestände realisiert und migriert haben.

Genau dies ist die Kernkompetenz, die Inceptum auch zukünftig mit der neuen Ausrichtung als kompetenter und verlässlicher Partner in der Region mit über 20 erfahrenen und speziell qualifizierten Mitarbeitern erfüllen will. Weitere Informationen unter [www.inceptum.de](http://www.inceptum.de)

# Forum der Städtereiniger eingeweiht

## Gleichzeitig offizielle Eröffnung der SASE-Dauerausstellung

Die deutsche Entsorgungswirtschaft setzt in Iserlohn ein starkes Zeichen der Gemeinsamkeit. Mit annähernd 150 Gästen aus Entsorgungswirtschaft, Wissenschaft, Hochschulen, Politik und Verwaltung wurde im April das Forum der Städtereiniger an der Max-Planck-Straße im Dröscheder Feld eröffnet. Mit der Einweihung des neuen Forums verbunden war der Start der Dauerausstellung „Meine Stadt soll sauber sein! – Perspektiven des urbanen Umweltschutzes“.

Anlässlich der Eröffnung von Forum und Dauerausstellung fand ein Festakt im neuen Forum der Städtereiniger statt, moderiert von WDR-Redakteur Dirk Glaser. Höhepunkt war der Festvortrag von Prof. Klaus Töpfer mit dem Titel „Urbaner Umweltschutz als globale Aufgabe“.

Der ehemalige Bundesumweltminister und jetzige Umweltbotschafter der Auslandsgesellschaft erinnerte an die Geburtswehen des Kreislaufwirtschaftsgesetzes,



Modernste Technik und schönes Ambiente: Tagungssaal des „Forums der Städtereiniger“.

das die getrennte Entsorgung und Wiederverwertung unverrückbar bis heute verbrieft habe. Mit der Durchsetzung der politischen Entscheidung seien marktwirtschaftliche Strukturen in der Entsorgungswirtschaft erzeugt worden und dank dieser habe sich Deutschland zum Weltmarkt-Technologieführer entwi-

ckelt. „Wir gehen ins Jahrtausend der Städte“, mahnte Töpfer angesichts einer globalen Urbanisierung. „Wir müssen Lösungen in den Städten finden“, lautete seine Forderung, denn die Kreislaufpolitik in den Städten werde die Siedlungspolitik prägen.

### Weltweit größte Ausstellung über urbanen Umweltschutz

Die Dauerausstellung „Meine Stadt soll sauber sein! – Perspektiven des urbanen Umweltschutzes“ ist die weltweit größte Ausstellung zum Thema urbaner Umweltschutz. Sie zeigt die Städtereinigung als Basis des Umweltschutzes in der Stadt. Die Ausstellung wurde in erheblichem Umfang durch die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU) finanziell gefördert.

In zwei Hallen mit 1.800 qm Ausstellungsfläche und auf dem Freigelände mit 8.000 qm wird dieser äußerst bedeutende, aber bisher

vernachlässigte Teil der Zivilisations-, Technik- und Umweltgeschichte lebendig.

Verwirklicht wurde das Projekt in nur anderthalb Jahren von der SASE gGmbH (SASE = Sammlung aus Städtereinigung und Entsorgung). Das Dokumentationszentrum war 1997 unter Federführung von Heinz-Günter Kerstan gegründet worden, um Erfahrungswissen zu sammeln und für die branchen- und firmenübergreifende Aus- und Weiterbildung sowie zur Information der Öffentlichkeit über die überlebenswichtige Bedeutung der Städtereinigung für jeden Bürger zu sichten.

Die SASE sieht ihre Aufgabe, so Heinz-Günter Kerstan, aber nicht nur in der Dokumentation der Vergangenheit, sondern in der aktiven Gestaltung der Zukunft. Dazu solle im „Forum der Städtereiniger“ eine sinnvolle Verbindung zwischen gestern, heute und morgen geschaffen werden.

### Tagungssaal und Seminarräume für 200 Personen

Das Forum der Städtereiniger, ein funktioneller und architektonisch gelungener Neubau, verfügt über Seminarräume und einen Tagungssaal für bis zu 200 Personen. Neben modernster Medientechnik ist das Forum mit Präsentationsflächen sowohl für Unternehmen, Verbände, Institutionen als auch für aktuelle Entsorgungstechnik (incl. Fahrzeugvorführungen auf dem Freigelände) ausgestattet. Das Forum soll sich zusammen mit dem „Haus der Städtereiniger“ zu einer der bedeutenden Informationsplattformen und einem Aus- bzw. Fortbildungszentrum der Branche entwickeln.

Die Nutzung des Gebäudes ist aber nicht nur der Entsorgungsbranche vorbehalten. Vielmehr ist ein Veranstaltungsort entstanden, der in Iserlohn in dieser Form



Außenansicht des Neubaus an der Max-Planck-Straße im Dröscheder Feld.

einzigartig ist und ein für die gesamte Wirtschaft attraktives Angebot darstellt.

Ohnehin hat sich das Dröscheder Feld in den vergangenen Jahren zu einem überregional bedeu-

tenden Zentrum von in der Forschung und Bildung engagierten Instituten entwickelt, die „hervorragend zusammenarbeiten“, so Heinz-Günter Kerstan. Die SASE strebe auf ihrem Gebiet nun eine stärkere Zusammenarbeit mit Kindergärten, Schulen und Universitäten an: „Wir bieten Umweltbildung vom Sandkasten bis zur Hochschule.“

## Beruf und Familie vereinbaren durch flexible Arbeitszeiten

Die Möglichkeiten der Vereinbarkeit von Familie und Beruf stehen und fallen mit einer mitarbeiterorientierten und flexiblen Gestaltung der Arbeitszeit. Angebote wie Teilzeit, Telearbeit, Gleitzeit oder Vertrauensarbeitszeit unterstützen Beschäftigte durch die Schaffung zeitlicher Spielräume bei der Kinderbetreuung oder der Pflege von Angehörigen. Es reduziert sich beispielsweise der morgendliche Zeitdruck, wenn der Arbeitsbeginn flexibel ist. Gleichzeitig profitieren die Unternehmen von einer höheren Arbeitszufriedenheit und Motivation ihrer Beschäftigten.

„Familienorientierte Arbeitszeitgestaltung ist dann erfolgreich, wenn betriebliche Belange und individuelle Interessen gleichzeitig berücksichtigt werden“, sagte Dr. Ulrike Hellert, Leiterin des Zeitbüro NRW bei der Veranstaltung „Erfolgsfaktor Familie“ vor 400 Teilnehmern in Berlin.

Trotz vieler Vorteile bestehen in vielen Betrieben noch Handlungsspielräume bei der Gestaltung der Arbeitszeit. Das Zeitbüro NRW, eine Einrichtung des Arbeitsministeriums NRW ist Ansprechpartner zu Fragen der Arbeitszeitgestaltung und bietet deshalb Unternehmen aus NRW, die ihre Arbeitszeiten flexibel organisieren wollen, die Möglichkeit eine kostenfreie Strategische Erstberatung in den Räumlichkeiten der Einrichtung in Dortmund wahrzunehmen.

In der Beratung werden individuelle Gestaltungsmöglichkeiten wettbewerbs- und mitarbeiterorientierter Arbeitszeiten erörtert und damit der erste Schritt zur Umsetzung familienorientierter Arbeitszeiten getan.

Kontakt:  
Zeitbüro NRW, Im Wasserturm, Heiliger Weg 60, 44135 Dortmund, Tel.: 0231/589763-0

## Gründungen und Liquidationen

Das IfM Bonn hat die endgültigen Zahlen der Existenzgründungen und Liquidationen in Deutschland für das Jahr 2007 berechnet. Für das Jahr 2007 wurden knapp 426.000 Existenzgründungen und rd. 415.000 Liquidationen in Deutschland errechnet. Der Saldo aus Existenzgründungen und Liquidationen ist mit rd. 11.000 zwar noch positiv, ist jedoch gegenüber dem Saldo von 144.000 im Gründungsboomjahr 2004 sehr stark zurückgegangen.

## „GründerChampions“ 2008

Junge Unternehmen, die nicht älter als fünf Jahre sind, können sich für den KfW-Preis „GründerChampions“ 2008 bewerben. Die KfW Mittelstandsbank zeichnet unternehmerisches Talent, pffiffige Konzepte und erfolgreiche Unternehmensstarts aus. 16 „GründerChampions“ werden gesucht; pro Bundesland je ein Unternehmen.

## Designpreis 2008 ausgeschrieben

Der „red dot award: communication design 2008“ ist ausgeschrieben. Designer, Werbeagenturen und Auftraggeber von Arbeiten des Kommunikationsdesigns aus aller Welt sind dazu eingeladen, ihre Arbeiten einzureichen und sich dem internationalen Vergleich in einem der härtesten Designwettbewerbe weltweit zu stellen. Die Anmeldung zum Wettbewerb ist noch bis zum 13. Juni 2008 möglich. Mehr: [www.anmeldung.cd.red-dot.de](http://www.anmeldung.cd.red-dot.de)

Alle Landessieger treffen sich am 26. Juni 2008 auf der großen Eröffnungsveranstaltung der Deutschen Gründer- und Unternehmertage deGUT in Berlin und präsentieren ihre Unternehmen auf der Messe.

Bewerbungsschluss ist der 30. Mai 2008. Mehr: [www.kfw-mittelstandsbank.de](http://www.kfw-mittelstandsbank.de)



Prof. Klaus Töpfer hielt den Festvortrag.

### Ergebnisse für kleine und mittlere Unternehmen

Das Statistische Bundesamt hat mit einer die Wirtschaftsbereiche übergreifenden Analyse neue Daten über Investitionen und Bruttowertschöpfung der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) in Deutschland zusammengestellt. Die Studie nutzt dazu die Daten aus mehreren Bereichsstatistiken, die das Produzierende Gewerbe, den Handel und das Gastgewerbe, den Bereich Verkehr und Nachrichtenübermittlung sowie Teile der sonstigen Dienstleistungsbranchen und damit rund 80 Prozent aller Unternehmen abdecken.

Für diese Wirtschaftsbereiche zeigen die vorliegenden Ergebnisse für das Jahr 2005, dass 99 Prozent der Unternehmen zu den KMU zählten und fast 60 Prozent der Beschäftigten in KMU tätig waren. Die KMU erzielten nahezu 35 Prozent aller Umsätze, tätigten 40 Prozent der Bruttoinvestitionen in Sachanlagen und erwirtschafteten 46 Prozent der gesamten Bruttowertschöpfung. Mehr: [www.destatis.de/](http://www.destatis.de/)

### Arbeitsverträge: Befristung bei Neugründungen

Existenzgründer können Mitarbeiterverträge ohne besonderen Grund auf vier Jahre befristen. Diese Sonderregelung des Teilzeit- und Befristungsgesetzes (§ 14 Abs. 2a TzBfG) gilt allerdings nur für tatsächlich neu gegründete Unternehmen. Bei sogenannten Ausgründungen aus einem bestehenden Unternehmen kann sie nicht in Anspruch genommen werden. Dies bestätigte das Arbeitsgericht Berlin in einem aktuellen Urteil (26 Ca 19768/07).

## CHE-Ranking: Studierende vergeben für Hagener Studiengänge Spitzennoten

Im neuesten Hochschulranking des CHE (Centrum für Hochschulentwicklung) erreichen die Studiengänge Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsingenieurwesen der Fachhochschule Südwestfalen wieder Spitzenbewertungen.

In vier von fünf Kategorien, in den Bereichen Studiensituation insgesamt, Betreuung, Praxisbezug und Laborausstattung liegt die Hagener Hochschule mit Bestnoten wieder vorn. Lediglich bei der Bewertung der Reputation durch Professoren anderer Hochschulen belegt die Hochschule, wie an-

dere Fachhochschulen auch, einen Platz im Mittelfeld. Damit hat der Fachbereich Technische Betriebswirtschaft, zu dem die Studiengänge gehören, wie in den Vorjahren wieder eine Top-Platzierung unter den bundesweiten Fachhochschulen erreicht.

Das CHE-Hochschulranking ist das umfassendste und detaillierteste Ranking im deutschsprachigen Raum. In der neuesten Ausgabe wurden u.a. die Fächer, Wirtschaftsinformatik, BWL und Wirtschaftsingenieurwesern aktualisiert. Dazu hat CHE 250 Hoch-

schulen bundesweit unter die Lupe genommen. Über 200.000 Studierende und 15.000 Professoren wurden befragt.

Über das gute Abschneiden der Hagener Studiengänge freut sich auch Dekan Prof. Dr. Werner Hug: „Das Ranking hat gezeigt, dass die Fachhochschulen insbesondere beim Praxisbezug punkten. Und genau da sind wir sehr gut aufgestellt. Unsere eher kleine Hochschule hat es natürlich leicht, eine für die Studierenden optimale Betreuung und Studiensituation zu bieten“.

### Akademikeranteil unter Berufstätigen sinkt

Deutschland hat einer Studie zufolge im europäischen Vergleich zu wenig Akademiker. Die Bundesrepublik liegt beim Anteil der Beschäftigten mit Studienabschluss auf den hinteren Plätzen einer Vergleichsgruppe aus 15 EU-Staaten, wie aus der von der Dresdner Bank veröffentlichten Studie hervorgeht. Seit dem Jahr 2000 sei Deutschland im innereuropäischen Bildungswettbewerb zurückgefallen.

Der Anteil der Akademiker unter den Berufstätigen stieg demnach nur um einen Prozentpunkt

auf 28 Prozent, während Länder wie Großbritannien, Spanien und die Niederlande um bis zu sechs Prozentpunkte zulegen und auf eine Quote von 34 Prozent kamen. Spitzenreiter Finnland hat einen Akademikeranteil von fast 40 Prozent.

Insgesamt nimmt Deutschland in der Studie, die die fünfzehn größten EU-Staaten umfasst, bei der Akademikerquote nur noch Platz zehn ein. Im Jahr 2000 habe Deutschland noch auf Platz acht und über dem EU-Durchschnitt gestanden.

### Obligatorische Prüfung auf Eignung als Ausbilder

Bundesbildungsministerin Annette Schavan (CDU) will zum Herbst 2009 wieder für alle Wirtschaftsbereiche eine obligatorische „Ausbildereignungsverordnung“ einführen, wenn auch in überarbeiteter Form.

„Damit wollen wir ein Mindestmaß an berufs- und arbeitspädagogischer Qualifikation sicherstellen“, sagte sie kürzlich dem Handelsblatt. Ministerin Annette Schavan folgt so dem Druck der Gewerkschaften und des Hand-

### START-Messe 2008 verschoben

Die diesjährige START-Messe in Essen ist vom Veranstalter verschoben worden. Hintergrund der Verschiebung ist, dass mit dem neuen Termin ein größerer Besucherzuspruch erwartet wird. Aufgrund der Verschiebung ergibt sich des Weiteren, dass sich die START-Messe in diesem Jahr auf zwei Tage verkürzt. Als neuer Termin ist der 17. und 18. Oktober 2008 (Freitag und Samstag) vorgesehen. Für das Jahr 2009 und darüber hinaus sind ebenfalls Termine im Oktober geplant.

Weitere Informationen unter [www.start-messe.de](http://www.start-messe.de).

Dies ist ein Auszug aus dem aktuellen Angebot der Gewerbeimmobilien-Börse der GfW. Die vollständige Liste finden Sie unter [www.gfw-is.de](http://www.gfw-is.de). Sollte Sie eines der Angebote interessieren: einfach in der rechten Spalte ankreuzen und einsenden oder faxen an Regina Pütter, GGC, Corunnastraße 1, 58636 Iserlohn, Fax 0 23 71/80 94-31.

Nr.	Angebot	Stadtteil/ Gewerbegebiet	Grst. m²	NF m²	zu ver- mieten	zu ver- kaufen	teilbar
109	Büro	Iserlohrerheide		14	ja	nein	nein
85	Büro	zentrumnah		36	ja	nein	ja
129	Büro	Untergrüne		50	ja	nein	nein
134	Büro	Stadtzentrum		60	ja	nein	nein
127	Büroräume	Innenstadt		66	ja	nein	nein
120	Gewerbeflächen	Innenstadtnah		67	ja	nein	nein
125	Büro-/Geschäftsräume	Dröschede		107	ja	ja	ja
69	Geschäftsräume	Letmathe		124	ja	nein	ja
78	Büro/Praxis/Ladenlokal	Fussgängerzone	100	180	ja	nein	ja
132	Büro	Corunna		180	ja	nein	nein
135	Büro	Innenstadt	792	195	nein	ja	nein
116	Büroetage	zentrumnah		250	ja	nein	ja
58	Geschäftsräume	Wermingsen		265	ja	nein	ja
96	Büroetagen	Fussgängerzone		270	ja	nein	ja
124	Geschäftsräume	Corunna		280	ja	ja	nein
136	Schulungsflächen	zentrumnah		417	ja	nein	ja
80	Büroräume	Dröschede		560	ja	nein	ja
121	Bürofläche mit Lager	Iserlohrerheide		565	ja	nein	ja
110	Bürofläche	Sümmern-Rombrock		600	ja	nein	nein
61	Büroflächen	Hemberg		940	ja	nein	ja
94	Büroflächen	Dröscheder Feld		4.822	ja	nein	ja
4	Baufläche	Sümmern-Rombrock	8.600		ja	ja	ja
5	Baufläche	Dröschede	3.666		nein	ja	nein
70	Baufläche	innenstadtnah	1.442		nein	ja	nein
111	Baufläche	Barendorfer Bruch	1.354		nein	ja	nein
138	Ladenlokal/Geschäftsräume	Innenstadt		108	ja	nein	nein
130	Ladenlokal	Grüne		120	ja	nein	nein
137	Ladenlokal/Geschäftsräume	Innenstadt		130	ja	nein	nein
139	Geschäftsräume	Iserlohrerheide		325	ja	nein	nein
107	Wohn- und Geschäftshaus	Wermingsen	1.100	1.080	ja	ja	ja
118	Ladenlokal/Geschäftsflächen	Kalthof	12.000	1.100	ja	nein	ja
88	Wohnhaushälfte mit Lagerfläche	innenstadtnah	744	157	nein	ja	nein
114	Gewerbefläche	zentrumnah		163	ja	nein	nein
99	Produktions-/Lagerhallen	zentrumnah	350	240	ja	nein	ja
117	Produktions-/Lagerhalle	Corunna	350	240	ja	nein	nein
103	Handels-/Produktionsräume	Sümmern-Rombrock		250	ja	nein	nein
115	Gewerbefläche	zentrumnah		270	ja	nein	nein
91	Produktions-/Lagerhallen	Iserlohrerheide	1.340	300	ja	nein	ja
119	Gewerbeflächen	Innenstadtnah		445	ja	nein	ja
77	Freilagerfläche	Iserlohrerheide	600	600	ja	nein	nein
123	Produktions-/Lagerhalle	innenstadtnah		615	ja	nein	nein
126	Lagerhalle mit Büroräumen	Iserlohrerheide		683	ja	nein	ja
81	Halle mit Büro- und Sozialräumen	Grüne		1.100	ja	ja	nein
131	Produktion/Lager/Büro/Geschäftsräume/Wohnung	zentrumnah	2.000	1.400	nein	ja	nein
133	Werkstatt/Entwicklung/Büro	zentrumnah		1.551	ja	ja	ja
122	Produktions-/Lagerhallen mit Wohn- o. Bürogebäude	Oestrich	2.972	2.250	nein	ja	nein

## „Eine wirklich harte Herausforderung“

BiTS-Team überzeugt bei Case Competition in Helsinki

Ende April startete zum ersten Mal ein Team der BiTS bei der „Corporate Credit International Case Competiton“ an der Helsinki School of Economics in Finnland. Im Umfeld der aktuellen Finanzmarktkrise ist die CCICC das Top-Forum für angehende Wirtschaftsprofis, ihr Wissen im Umgang mit Kreditrisiken auf einen internationalen Testboden zu stellen.

Die Studenten Christian Keyser, Fabian Prystav, Andreas Schenk und Dominik Werner mussten sich zwar gegenüber den Favoriten und Vorjahresfinalisten aus Düsseldorf, Münster, Helsinki und Kopenhagen geschlagen

geben, fanden bei der Jury aber dennoch Anerkennung. Case Study Autor und Juror Timo Teinila vom Hauptsponsor Nordea lobte Teamwork, Ratinganalyse und die professionelle Präsentation des BiTS-Teams.

Professor Dr. Stefan Stein, Dekan des Fachbereichs Wirtschaft an der BiTS, war stolz auf die Leistung seiner Studenten. Er hatte das Team im Vorfeld intensiv auf den Wettbewerb vorbereitet und war als Coach in Helsinki mit vor Ort.

In Finnland warteten eingangs zahlreiche Workshops rund um das Thema Kreditrisikomanage-

ment auf die Studenten. Das Hauptaugenmerk lag auf einem besonders anspruchsvollen Case, den studentische Teams von insgesamt 13 internationalen Top-Hochschulen über Nacht zu bearbeiten hatten. Aus der Perspektive eines Investmentfonds musste die Bonität von gleich vier Unternehmen verschiedener Branchen anhand der Moody's Ratingsystematik beurteilt, auf dieser Basis eine Renditeforderung für Wertpapiere dieser Unternehmen entwickelt und eine Investmententscheidung abgegeben werden.

„Eine wirklich harte Herausforderung“, beschreibt Andreas Schenk

seinen Eindruck vom Wettbewerb. „Wir mussten echte Zahlen, zu echten Unternehmen und echte Probleme recherchieren. Da gab es keine Musterlösung wie in der Vorlesung.“ Fabian Prystav ergänzt: „Wir haben alle unheimlich viel in Sachen Kreditanalyse gelernt und tolle Teams aus ganz Europa kennen gelernt.“

Mit den verdienten Siegern aus Düsseldorf, für die das BiTS-Team im Finale die Daumen drückte, wurde auf der Abschlussparty im Club LUX angestoßen. Für Professor Stein ist klar: „Wenn ich wieder so ein tolles Team zusammenstellen kann, ist die BiTS auch nächstes Jahr in Helsinki dabei!“

## Seniorenstudium Seilersee auf dem Campus

Unter dem Motto „Denn Lernen ist Leben“ findet in der Zeit vom 28. Juli 2008 bis zum 17. September 2008 zum ersten Mal

das „Seniorenstudium Seilersee“ auf dem Campus der BiTS statt. Dieses bundesweit einzigartige Angebot verknüpft Wissensver-

mittlung, Gemeinschaft, Sport und Wellness ins ganz besondere Art und Weise.

In den Veranstaltungen während der acht Themenwochen sollen Inhalte aus den Gebieten Psychologie, Ökonomie, Medizin, Philosophie, Kunstgeschichte, Architektur, Musik, Deutsche Geschichte, Germanistik, Theologie sowie Mensch, Wirtschaft und Natur an die Teilnehmer vermittelt werden.

„Das Seniorenstudium findet unter den gleichen hervorragenden Bedingungen statt, die unsere jungen Studierenden aus ihrem Alltag bereits kennen. Wir legen also auch hier Wert auf Wissensvermittlung in kleinen Gruppen und den engen Kontakt zu den erfahrenen Dozenten – weit überwiegend namhafte Professoren und Doktoren“, beschreibt BiTS-Geschäftsführer Ulrich Frei-

tag das Konzept des Seniorenstudiums.

In Zusammenarbeit mit den erfahrenen Trainern des Gesundheitszentrums MEDIVITAL wird auch Wert auf die Gesundheit der Teilnehmer geachtet. „Für uns ist es wichtig, dass sich unsere Teilnehmer auch untereinander kennenlernen und eine Gemeinschaft bilden - und wo geht das besser als bei gemeinsamem Sport?“, erläutert Prof. Dr. Bruno Klauk, Hauptinitiator dieses besonderen Angebotes, den Grund für diese Kooperation.

Für Fragen und weitere Informationen stehen Sonja Bickmann und Bettina Kirsch unter der Telefonnummer 02371/776-140 oder per E-Mail unter info@seniorenstudium-seilersee.de zur Verfügung. Weitere Informationen gibt es auch online unter www.seniorenstudium-seilersee.de

### GRAUMANN & MÜLLER

◆ Kanzlei für Arbeitsrecht ◆

**INGO GRAUMANN**

Rechtsanwalt  
Fachanwalt für Arbeitsrecht

**STEFFEN MÜLLER**

Rechtsanwalt  
Fachanwalt für Arbeitsrecht

**Ihre Ansprechpartner im Arbeitsrecht**

Von-Scheibler-Str. 10 • 58636 Iserlohn  
Tel.: 0 23 71/77 66 90 • Fax: 0 23 71/ 83 55 56  
e-mail: GM.Arbeitsrecht@t-online.de  
Homepage: www.gm-arbeitsrecht.de

## Diplomand entwickelt Schulungsanlage

Thema: Automatisierung nuklearer Kraftwerke

Ein außergewöhnliches Thema hat sich Tobias Seitz, Diplomand im Studiengang Mechatronik der Fachhochschule Südwestfalen in Iserlohn für seine Abschlussarbeit ausgesucht: Die Konzeption und Realisierung einer Schulungsanlage für die Automatisierung nuklearer Kraftwerke.

Heute werden viele Kraftwerke auf modernere Technik umgerüstet, die Bereiche Anlagenservice und Instandhaltung nehmen einen größeren Stellenwert ein. Dementsprechend steigen die Anforderungen an die Aus- und Weiterbildung der Techniker. Auch neue Mitarbeiter benötigen ein umfangreiches Schulungsprogramm.

Durchgeführt wurde die Diplomarbeit bei der Firma AREVA NP GmbH in Erlangen, einer deutschen Regionalgesellschaft der AREVA NP. Das Unternehmen ist führend bei der Errichtung von Kernkraftwerken, der Instandhaltung und Modernisierung, der Komponentenfertigung sowie



Werner Pinkvoß von der AREVA NP GmbH, Diplomand Tobias Seitz und Prof. Dr. Heinrich Reents (v.l.).

der Brennelementherstellung. der Aufgabe von Tobias Seitz war es, einen entsprechenden Schulungsraum mit den erforderlichen technischen Anlagen zu konzipieren. Mitarbeiter, die für den weltweiten Einsatz vorgesehen sind, sollen dort zukünftig die Möglichkeit haben, vor Arbeitsbeginn die Technik der neuesten Kraftwerkgeneration kennenzulernen. Ein direkter Vergleich zwischen alter und neuer Technologie sollte möglich sein, um den Mitarbeitern die jeweiligen Vor- und Nachteile direkt aufzuzeigen. Be-

sonderer Wert wurde auf eine praxisorientierte Schulungsmöglichkeit gelegt. Technisch sollten alle Funktionen und Prozesse der Mess- und Regeltechnik bzw. der Leittechnik, wie sie täglich in Kraftwerken zum Einsatz kommen, installiert werden.

Dipl.-Ing. Werner Pinkvoß, Leiter Intra Company Services bei AREVA, hat sich bei der Realisierung dieses Projekts bewusst für einen Diplomanden entschieden: „Tobias Seitz hat unserer Abteilung zum einen viel Arbeit ab-

genommen, zum anderen war es uns wichtig, die Planung einem Außenstehenden zu überlassen, um Betriebsblindheit zu vermeiden und neue Impulse zu erhalten“. Mit dem Ergebnis ist Werner Pinkvoß mehr als zufrieden: „Wir sind mit dem neuen Schulungszentrum in der Lage, unseren Monteuren, Meistern, Technikern und Ingenieuren eine Schnittstelle zwischen Theorie und Praxis zu bieten als Ergänzung zur Einarbeitung vor Ort durch Erfahrungsträger. Damit erfüllen wir in noch höherem Maße den Anspruch unserer Kunden an eine qualitätsgesicherte Ausbildung unserer Mitarbeiter bereits vor dem ersten Einsatz“.

Nicht nur Werner Pinkvoß, sondern auch Prof. Dr. Heinrich Reents, der die Arbeit an der Hochschule betreute, hat an den Leistungen seines Diplomanden nichts zu beanstanden. Tobias Seitz schloss mit der Note 1,0 sein Studium an der Fachhochschule ab und wird demnächst als Mitarbeiter der AREVA NP GmbH ins Berufsleben eintreten.

## Studenten genossen Schweizer Gastfreundschaft

Es fehlten weder Alphörner, noch Bernhardiner Hunde noch der Panoramablick auf Traumlandschaften: Alles was Nichtschweizer von der Alpenrepublik erwarten konnten die Studierenden der Fachhochschule Südwestfalen beim 11. Internationalen Workshop im Wallis gemeinsam mit Kommilitonen der weltweiten Partnerhochschulen erleben.

Seit mehr als 10 Jahren organisiert der Hagener Fachbereich Technische Betriebswirtschaft

derartige Workshops. Vor dem Hintergrund einer zunehmenden internationalen Ausrichtung der Unternehmen, dient der Workshop „Multikulturelle Unterschiede im Management von Unternehmen“ dazu, die Studierenden frühzeitig mit häufig auftretenden kulturellen Unterschieden im unternehmerischen Verhalten zu konfrontieren. Dazu wird ein Unternehmensplanspiel durchgeführt, bei dem es darum geht, diese Unterschiede zu erkennen, zu analysieren und



Internationaler Workshop vor Alpenkulisse.

gemeinsam zu einer Verständigung und Entscheidungsfindung zu kommen. Gebildet werden

Teams, die sich jeweils aus den Studierenden der Partnerhochschulen zusammensetzen.

**Gewerbe- und Gründerzentrum Corunna (GGC)**

Das GGC befindet sich an exponierter Stelle im Einfahrtsbereich des Gewerbegebietes Corunna. Repräsentativ und von ansprechender Innenarchitektur gekennzeichnet, beeindruckt das Gebäude nicht nur durch Funktionalität. In günstiger Lage mit hervorragender überregionaler Verkehrsanbindung bietet es optimale Standortvoraussetzungen.

**Anschrift**

Corunnastraße 1  
58636 Iserlohn

**Die Unternehmen**

A. F. Dornbracht GmbH & Co KG  
Softwaretechnologien  
Telefon 02371.433-0

Blanke GmbH  
Arbeitssicherheit Umweltschutz  
Telefon 02371.77279-0

concept N GmbH  
Telefon 02371.660116

consalis GmbH  
Unternehmensberatung, Coaching  
Telefon 0171.5282617

ctm Gerhard Schulte  
CAD Technologien und  
Systemmanagement  
Telefon 02371.159576-0

D & S – Satz u. Belichtung  
Matthias Schulte  
Telefon 02371.159870

E.U.M. GmbH  
Berufskleidung und Arbeitsschutz  
Telefon 02371.777328

everscreen Medienagentur  
Jochen Kubon  
Telefon 02371.773664

Ludwig & Partner  
Unternehmensberatung,  
Finanzierungsberatung  
Telefon 02371.1559350

Tim Mühlenweg  
Generalagentur Continentale  
Versicherung  
Telefon 02371.919850

Christoph Janus Stasch  
Somnoservice Medizintechnik für  
Schlaftherapie  
Telefon 02371.152869

Tech-Net for Automotive Products  
GmbH  
Telefon 02371.152316

Visualisierung und Design  
Karlheinz Pelka  
Telefon 0160.5519828

Martin Walter Ultraschalltechnik AG  
Telefon 02371.783771

# Industrielle Reinigung

## Niederlassung der Martin Walter Ultraschalltechnik AG

Intensive Kundenbetreuung vor Ort gewährleistet seit 2006 die Firma Martin Walter Ultraschalltechnik AG mit einer Technik- und Vertriebsniederlassung im Gewerbe- und Gründerzentrum Corunna (GGC). Das Unternehmen mit Hauptsitz in Straubenhardt (Baden Württemberg) befasst sich seit über 40 Jahren mit der Entwicklung, Produktion und Vertrieb von Ultraschall-Aggregaten und Komponenten, welche neben dem standardisierten Lieferprogramm stets nach Kunden- und Marktanforderungen weiterentwickelt werden.

Seit 1997 gehört Martin Walter zu der weltweit agierenden Crest Gruppe, welche als führender Hersteller von Ultraschallreinigungs- und Schweißsystemen für thermoplastische Kunststoffe und Metallapplikationen tätig ist.

In Iserlohn betreuen Eduard Supej (Technik) und Ralf Schwab (Vertrieb) vom GGC aus die Kunden. Beide verfügen über jahrelange Erfahrung in der Ultraschallreinigung. Um dem Kunden bei Fragen rund um die Anwendungstechnik, Montage oder Inbetriebnahme schnell zur Seite zu stehen, ist Eduard Supej mit einem Servicemobile unterwegs. Über die Servicehotline 0800-MWALTER(0800-6925837) kann man ihn innerhalb von 24 Stunden anfordern.

Durch Umstrukturierung in den Fertigungsabläufen, gestiegene Reinheitsanforderungen sowie einem gewachsenen Umweltbewusstsein wird die Nachfrage nach qualifizierten Reinigungsverfahren mit Ultraschall immer größer. Dazu kommt auch, dass durch die konsequente Weiter-



**Eduard Supej startet mit seinem Service-Mobil vom GGC aus zu den Kunden.**

entwicklung neuer Aggregate und Frequenzen neue Anwendungs- und Einsatzmöglichkeiten erschlossen wurden, bei denen noch vor wenigen Jahren eine Anwendung von Ultraschall nicht oder nur schwer möglich gewesen wäre.

Durch den Einsatz von Ultraschall im Reinigungsprozess werden schneller hochwertige Oberflächen erzielt und größtenteils auch kostengünstiger als bei alternativen Verfahren.

Eingesetzt werden Ultraschalleinheiten in Flüssigkeiten von pH 1,5 bis pH 14, um Produktions- und Bearbeitungsrückstände z. B. vor galvanischen Prozessen entfernen zu können und somit eine besser Haftung der aufgetragenen Schichten zu gewährleisten. Diese Aufgabenstellung wurde u. a. bei Anwendungen in der Elektroindustrie, bei Armaturenerstellern, der Möbelbranche, der Besteck- und Schneidwarenfertigung sowie der Automobil- und Zulieferindustrie erfolgreich gelöst. Der besondere Vorteil liegt in einer schonenden Oberflächenbehandlung, einem ho-

hen Reinheitsgrad und der Eigenschaft, dass Ultraschall in Bohrungen und Hinterschneidungen wirkt. Auch in der Überholungsreinigung findet immer mehr die Ultraschalltechnologie ihre Anwendung.

Zum Produktprogramm der Martin Walter Ultraschalltechnik AG gehört der patentierte Push-Pull® Stabschwinger mit radialer Abstrahlung der Energie sowie Tauch- und Plattenschwinger mit gezielter Abstrahlung der Energie. Diese Schwinger werden als Einzelfrequenz oder aber auch als Mehrfrequenztechnik angeboten.

Die Ultraschall Generatoren zu den Produkten sind modular als 19-Zoll-Einschubmodule ausgelegt. Je nach Umgebungsbedingung und Kundenwunsch werden die Gehäuse auch im klimatisierten Geräteschrank angeboten. Die Powersonic® Tischgeräte sind in Frequenzen von 45 und 132 kHz und die Serie Industrial Line Industrierwannen in Frequenzen von 25 kHz, 40 kHz sowie 132 kHz oder als Multifrequenz bis 192 kHz erhältlich.



>>> Zollhausstraße 29  
>>> 58640 Iserlohn  
>>> Tel. 0 23 71-94 49 74  
>>> Fax 0 23 71-94 49 76  
>>> www.hp-polytechnik.de

FEINBLECHVERARBEITUNG

hp

polytechnik

- CNC-Laserschneiden
- Stahl bis 22 mm
- Edelstahl bis 10 mm
- CNC-Kanttechnik
- Kantlänge bis 3000 mm



# teamgeistreich

www.

kompetenzgarten  
-iserlohn



.de