

oldenburgische Wirtschaft

10 2024

Magazin der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer



Sport-Sponsoring

Zielgenau werben

Vollversammlung
zu Bahn-Ausbau

Impressionen: job4u
und Ausbildungslauf



So positiv kann sich ESG auf das Image meiner Firma auswirken?

Kund:innen achten zunehmend darauf,
welche Werte ein Unternehmen vertritt.
Wir begleiten und beraten Sie bei der
Transformation. Weil's um mehr als
Geld geht.



Mehr dazu unter
lzo.com/esg

 **LzO**
meine Sparkasse

Unsere Nähe bringt Sie weiter.



Grundsteuer-Versprechen

Die vom Bundesverfassungsgericht angestoßene Grundsteuerreform solle aufkommensneutral umgesetzt werden – unter dem Strich also nicht zu Mehreinnahmen führen. So lautete eine Maßgabe der Bundespolitik. Ob dies die Kommunen schert, ist sehr fraglich.

Diese sind verpflichtet, ihren aufkommensneutralen Hebesatz „in geeigneter Art und Weise“ zu veröffentlichen. Doch wie eine Umfrage der IHKs in Niedersachsen zeigt, hat bisher fast keine Stadt oder Gemeinde im Land den gesetzlich geforderten aufkommensneutralen Hebesatz für das kommende Jahr überhaupt berechnet. Viele argumentieren, sie befänden sich noch in der Phase der Datenerfassung oder -bearbeitung, da ihnen noch nicht alle relevanten Informationen vom Finanzamt vorlägen. Es mangelt folglich, im Herbst 2024, fünf Jahre nach Verabschiedung der Reform, an Transparenz.

Nicht so in 14 Kommunen im Oldenburger Land. Sie haben Fakten geschaffen und

in den letzten zwei Jahren die Grundsteuer B erhöht – eine von ihnen um sogar 150 Prozentpunkte, gefolgt von zwei weiteren Kommunen mit 100 Prozentpunkten.

Das sind Indizien, die befürchten lassen, dass das Ziel einer aufkommensneutralen Reform verfehlt wird. Dabei sollten Kommunen sich bei der Festlegung der Hebesätze für 2025 unbedingt von der Aufkommensneutralität leiten lassen. Das ist nicht nur wichtig für Privathaushalte. Auch für Unternehmen sind die kommunalen Hebesätze (Grundsteuer wie Gewerbesteuer) ein relevanter Kosten- und damit Standortfaktor.

Die öffentlichen Haushalte profitieren auch ohne Erhöhungen von der hohen Inflation, da die Einkommensteuer durch ihren progressiven Tarif und auch die Umsatzsteuer absolut gesehen höher ausfallen.

Steuererhöhungen bremsen die wirtschaftliche Erholung.

Ralf Terheyden

Terheyden, Revision und Treuhand GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft,
Cloppenburg; Vorsitzender des Finanz- und Steuerausschusses der IHK



*Erfolgreiches
Recruiting?
Mit uns wird ein
Schuh draus.*

Drückt der Schuh, wenn es darum geht, neue Mitarbeitende zu finden? Mit effektiv-kreativen Recruiting-Kampagnen von Oldenburgs Nr. 1-Employer Branding-Experten läuft Ihre Mitarbeitersuche wieder. Wann geben Sie uns das Go?



8

Sportsponsoring ist
weit mehr als
Bandenwerbung

Foto: © Martin Hiecht / stock.adobe.com



24

Eindrücke Messe job4u
und IHK-Ausbildungslauf

Foto: Hauke-Christian Dittrich



27

Willkommens-
lotsen:
Impulse aus
Oldenburg

Foto: Andreas Burmann

Unser Thema

| | |
|------------------------------------|----|
| Möglichkeiten des Sportsponsorings | 8 |
| Steuerliche Aspekte | 12 |
| OLB fördert Frauen-Nationalelf | 13 |
| Erfahrungen hiesiger Sponsoren | 15 |

Unsere Region

| | |
|----------------------------|----|
| Wasserstoffregion Nordwest | 16 |
| Junge Firma: transcide | 18 |
| Personalien | 22 |
| Jubiläen | 23 |

Ihre IHK

| | |
|---------------------------------|----|
| Messe job4u und Ausbildungslauf | 24 |
| Bundestreffen Willkommenslotsen | 27 |
| IHK-Vollversammlung | 30 |
| Termine | 29 |
| Seminare und Lehrgänge | 31 |

Online-Ausgabe: ihk.de/oldenburg/owi

Infrastruktur-Sanierung der Bahn Mit der Wirtschaft

Von der Erneuerung kleiner Ingenieurbauwerke über die Modernisierung von Oberleitungen und Leit- und Sicherungstechnik bis zu Bahnstationsmodernisierungen sowie den Aus- und Neubau von Strecken: Die Deutsche Bahn hat sich riesige Investitionen vorgenommen und kürzlich auf einer Veranstaltung der IHK Niedersachsen um Teilnahme der Wirtschaft an Ausschreibungen geworben. Unternehmen und können sich vorab im Internet über wichtige Fragen und Antworten der Deutschen Bahn dazu informieren.

[ihk.de/oldenburg \(Nr. 6263512\)](https://ihk.de/oldenburg/Nr.6263512)

39

Unternehmen hat die IHK bislang nach einer Prüfung der Ausbildungsqualität mit dem Siegel TOP AUSBILDUNG ausgezeichnet. Die Firmen profitieren zum Beispiel bei der Rekrutierung von Azubis. Informationen für interessierte Betriebe:

ihk.de/oldenburg/topausbildung

| Verbraucherpreisindex | | | |
|-----------------------|--------------------|------------------|-------|
| | | Basis 2020 = 100 | %*) |
| 2022 | Jahresdurchschnitt | 110,2 | + 6,9 |
| 2023 | Jahresdurchschnitt | 116,7 | + 5,9 |
| 2023 | August | 117,5 | + 6,1 |
| 2024 | Juli | 119,8 | + 2,3 |
| 2024 | August | 119,7 | + 1,9 |

*) Veränderungen gegenüber dem Vorjahresmonat, Quelle: Statistisches Bundesamt

Industrieumsatz Ausgebremst

Der Umsatz der Industrieunternehmen im Oldenburger Land ist im ersten Halbjahr 2024 um 4,4 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum gesunken, der Auslandsumsatz um 4,1 Prozent. Niedersachsenweit nahm der Industrieumsatz um 4,7 Prozent ab. Schwache Nachfrage, hohe Kosten und unsichere wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen bremsen derzeit die Industrie aus. Sie verliert international an Wettbewerbsfähigkeit. Unabdingbar sind aus Sicht der IHK deshalb eine bezahlbare Energieversorgung, eine wettbewerbsfähige Unternehmensbesteuerung und Vereinfachungen bei Planungs- und Genehmigungsverfahren.

ihk.de/oldenburg/regionalreports

| Entwicklung des Industrieumsatzes* | |
|------------------------------------|-------------|
| Delmenhorst | - 3,1 |
| Oldenburg | - 2,4 |
| Wilhelmshaven | -11,5 |
| Landkreis Ammerland | +0,7 |
| Landkreis Cloppenburg | - 9,8 |
| Landkreis Friesland | unverändert |
| Landkreis Oldenburg | - 5,6 |
| Landkreis Vechta | - 4,9 |
| Landkreis Wesermarsch | + 5,8 |
| IHK-Region insgesamt | -4,4 |

*erstes Halbjahr 2024 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, Angaben in Prozent; Quelle: Landesamt für Statistik

Gewerbevereine

Engagement stärken

Ehrenamtlich organisierte Gewerbevereine und Werbegemeinschaften stehen nicht nur vor inhaltlichen Herausforderungen. Sie kämpfen zum Teil auch gegen eine gewisse Lethargie bei den Mitgliedern, schwindende Mitgliederzahlen und Überlastung bei der Vorstandsarbeit. Die IHK bietet deshalb am Mittwoch, 30. Oktober (18 bis 21 Uhr), einen kos-

tenlosen Workshop an, der die Stärkung von Gewerbevereinen und die Kooperation mit den Kommunen im Oldenburger Land thematisiert. Vorbereitet und moderiert wird der Abend von Dr. Peter Markert (Imakomm Akademie, Aalen). Veranstaltungsort ist Oldenburg (IHK).

ihk.de/oldenburg/veranstaltungen

Daten für Handelsstudie

Händlerbefragung

Ibi research, ein Forschungsinstitut an der Universität Regensburg, führt zusammen mit IHKs und der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK) eine Händlerbefragung durch. Ziel ist es, herauszufinden, was den Einzelhandel bewegt. „Um diese Frage beantworten zu können, brauchen wir Sie und Ihre Expertise. Unterstützen Sie durch die Teilnahme an dieser Umfrage die Forschung und profitieren Sie von den kostenlos erhältlichen Studienergebnissen, anhand derer Sie wichtige Schritte für die Zukunft Ihres Unternehmens ableiten können“, so die Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK). Die Beantwortung der Fragen dauert etwa 15 Minuten. Die Angaben werden vertraulich und anonym behandelt.

ibi.de/Handelsstudie2024



Bitte vormerken!

IHK- Neujahrsempfang

am 7. Januar 2025
um 17 Uhr
in den Weser-Ems-Hallen
Oldenburg.

Details und Einladung in
der nächsten Ausgabe.

**Genossenschaftlich heißt:
Jemanden an seiner Seite
zu haben, dem man vertraut.**

Morgen kann kommen.

Wir machen den Weg frei.

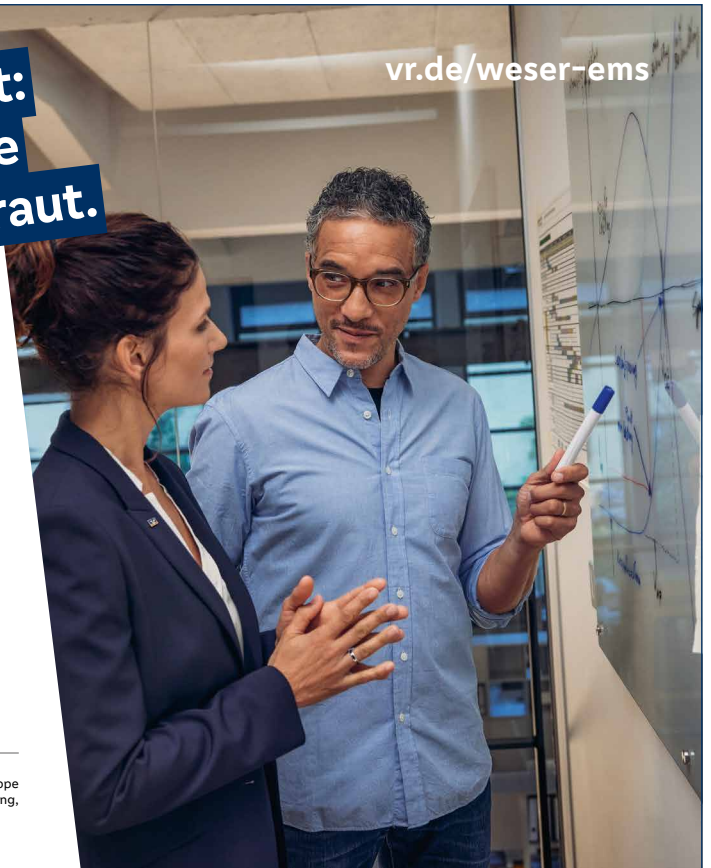
Wir sind die Bank mit der genossenschaftlichen Idee.

Als mittelständische und regionale Banken verstehen wir die Anforderungen und Bedürfnisse des Mittelstands in unserer Region besonders gut. Wir beraten vor Ort und mit Partnern weltweit. So stärken wir die Wirtschaft und übernehmen Verantwortung für die Region.

 **Volksbanken
Raiffeisenbanken**

Wir machen den Weg frei. Gemeinsam mit den Spezialisten der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken: Bausparkasse Schwäbisch Hall, Union Investment, R+V Versicherung, easyCredit, DZ BANK, DZ PRIVATBANK, VR Smart Finanz, DZ HYP, MünchenerHyp, Reisebank.

vr.de/weser-ems



Sportsponsoring

Ein Strauß an Möglichkeiten

Welche Chancen bietet Sportsponsoring für kleine und mittlere Unternehmen? Und welche Spielarten gibt es über die klassische Bandenwerbung hinaus? Ein Überblick.

Von Prof. Dr. Benedikt Römmelt

Ü

Über ein halbes Jahrhundert ist es her, dass Jägermeister als erster Trikotsponsor bei Eintracht Braunschweig in der Bundesliga Schlagzeilen machte. Mittlerweile ist Sportsponsoring als Marketinginstrument (aus Perspektive des Sponsors) und als Instrument zur Fi-

nanzierung des Sports (aus Sicht des Gesponserten) nicht mehr wegzudenken.

Branchenvertreter berichten gerne, dass Sportsponsoring sympathischer, zeitgemäßer und glaubwürdiger sei als andere Werbemaßnahmen. Sportinteressierte akzeptieren Sponsoren als integralen Bestandteil und Förderer des Sports. Schaut man sich dagegen die Logofriedhöfe und die Reaktanzen der

Fans auf die Kommerzialisierung an, muss man das Thema differenzierter betrachten.

Zunächst muss „Sponsoring“ vom Mäzenatentum abgegrenzt werden. Mäzenatentum ist die altruistische Förderung ohne die Erwartung jeglicher Gegenleistung. Erst wenn eine Gegenleistung des Gesponserten ins Spiel kommt, liegt echtes Sponsoring vor.

Rational versus emotional

Die Sportsponsoring-Praxis ist nicht immer von rationalen Entscheidungen geprägt. Oft schränken persönliche Präferenzen der Entscheider von vornherein die Optionen ein und beeinflussen die Auswahl von alternativen Sponsoringobjekten. So werden Clubs unterstützt, bei denen der Entscheider gern selbst auf der Tribüne sitzt. Zudem passen die gewählten Maßnahmen oft nicht zu sinnvollen Sponsoringzielen des Unternehmens. Beispielsweise belegen B2B-Unternehmen (TV-relevante) Bandenwerbung, akzeptieren die extrem hohen Streuverluste in den Zielgruppen „potenzielle Kunden“ oder „potenzielle Mitarbeiter“, während es zielgruppenspezifischere Maßnahmen im Sport, wie Mitgliedschaft im Businessclub, und außerhalb, etwa durch Messeteilnahmen oder LinkedIn, gäbe.

Effekte und Ziele

Grundsätzlich basieren Sponsoringziele auf der Nutzung der (medialen) Reichweite und der Netzwerke des Gesponserten. Das Besondere am Sport sind das hohe öffentliche Interesse und die Emotionen, das Image, die Geschichte(n) und Legenden. In den meisten Fällen ist die direkte Zuordnung eines Sportsponsoring auf ökonomische Ziele wie Umsatz, Gewinn und Marktanteil schwierig. Dennoch können einige Ziele erreicht werden.

Kommunikationsziele

Hier stehen die Steigerung der Bekanntheit von Marken und Unternehmen, Markenpositionierung und Imagebildung im Fokus. Insbesondere das Zeigen von gesellschaftlicher Verantwortung, Engagement, Sportwashing, Schaffung von Markenerfahrung und Erlebnissen („Touchpoints“). Die Content-Generierung läuft unter anderem durch

Nutzung von Testimonials, Gewinnspiele, exklusive Zugänge und Informationen. Ein konkretes Ziel könnte lauten: „Die gestützte Bekanntheit der Marke im Oldenburger Land soll nach zwei Jahren bei 35 Prozent der erwachsenen Bevölkerung liegen.“ Oder: „Pro Monat soll Content für vier Social Media Posts mit Bezug zum Sponsoring veröffentlicht werden, die durchschnittlich 5000 Likes erhalten.“

Vertriebsziele

Zugang zu neuen Märkten, Kontakte mit (potentiellen) Kunden, vor allem im B2B-Kontext und ein Businessnetzwerk im VIP-Bereich fallen unter die Vertriebsziele. Eines könnte heißen: „Bis zum Saisonende sollen 20 Gespräche mit potenziellen Kunden in der Loge stattgefunden haben.“ Auch Beziehungspflege mit bestehenden Kunden, etwa durch Einladungen und andere exklusive Kontaktpunkte. Adressgenerierung über Gewinnspiele (B2C) sowie der direkt messbare Absatz, beispielsweise als Biersponsor oder Sales Promotion bei Mitgliedern sind denkbar.

Produktpolitische Ziele

Hierunter fallen die Schaffung neuer Produkte, Kollektionen oder Dienstleistungen, unter anderem Special-Editions. Ein denkbare Szenario: „Die Schaffung einer Fankollektion von Produkt A mit dem Logo des Gesponserten, das für zwölf Monate über den Shop des Gesponserten und unseren Onlineshop vertrieben wird.“ Auch die Demonstration der eigenen Leistungsfähigkeit, zum Beispiel durch die Bereitstellung von IT oder anderer Infrastruktur im Stadion, bietet sich an. Unter dem Motto „Wir bauen eine Wärmepumpe und Heizungsanlage im Trainingsgelände ein und zeigen diese 15 Interessenten bis Jahresende vor Ort.“

Strategische Ziele

Ein weiteres Segment bilden die strategisch-politischen Unternehmens-Ziele bezüglich Standortpolitik, Sichtbarkeit bei politischen Entscheidern und Identifikation mit dem Standort. Etwa die „Eröffnung einer Filiale am Standort des Gesponserten innerhalb von zwei Jahren nach Abschluss des Sponsoring.“ Oder: „Mit dem Bürgermeister können im VIP Bereich innerhalb der Saison zwei persönliche Gespräche geführt werden.“

Ziele rund um Human Resources

Zufriedenheit, Commitment, Bindung, und Motivation der Belegschaft, Employer Branding und die Gewinnung neuer Mitarbeiter fallen in dieses Segment. Ein Ziel könnte lauten: „Auf unsere im Mitgliedernewsletter beworbene Stelle erhalten wir innerhalb von zwei Monaten fünf qualifizierte Bewerbungen.“ Oder „40 Prozent unserer Mitarbeiter nehmen bis Ende des Jahres an mindestens einer Mitarbeitermaßnahme rund um den Citylauf teil.“

Messbare Erfolge

Die Messbarkeit der Zielerreichung wird durch eine SMARTe Zielformulierung ermöglicht. Aus diesen Zielen lassen sich KPIs (Schlüsselkennzahlen) ableiten. **SMART** steht für **Spezifisch**: Eindeutig definiert, nicht vage; **Messbar**: Festlegung von Kriterien zur Messung der Zielerreichung; **Akzeptiert**: Mitarbeiter empfinden das Ziel als angemessen, attraktiv, sinnvoll, motivierend; **Realistisch**: Die Ziele sind ambitioniert, jedoch erreichbar; **Terminiert**: Klare Terminvorabe bis zur Zielerreichung.

Vom Einzelsportler bis zum Verein

Sponsoring ist in verschiedenen organisatorischen Einheiten realisierbar. Möglich sind Partnerschaften mit Einzelsportlern, Mannschaften, Abteilun-

>>

>> gen, ganzen Vereinen, Sportverbänden oder Sportveranstaltungen. Sie lassen sich jeweils auf unterschiedlichen Leistungsebenen und in den zahlreichen Sportarten differenzieren. Dabei sollte man als Zielgruppe neben den Zuschauern auch die aktiven Sportler im Blick haben.

Einfaches Branding

Natürlich lässt sich überall ein Logo platzieren: Auf Trikots, Bekleidung, Ausrüstung, Banden, Spielfeld, Cam-Carpets, Auswechselbank etc. Durch LED-Technik, digitale Banden und Anzeigetafeln sowie digitale Overlays lassen sich auch bewegte Bilder nutzen. Sponsoring bietet jedoch viele weitere und wirkungsvollere Optionen als einfaches Branding.

Alternative Präsenzielen

Die Präsenz des Sponsors bei Sportveranstaltungen kann durch Aktivitäten wie Halbzeitaktionen, Durchsagen, Roadshows, Infostände, Teilnehmerbeutel oder Erlebnis- und Mitmachaktionen umgesetzt werden. Kontingente für Startplätze, Sponsorentickets oder Business-Seats können für Events mit Geschäftspartnern, Kunden oder Mitarbeitern genutzt werden.

Sponsoren zeigen auch Präsenz im Umfeld des Gesponserten außerhalb der Veranstaltungen. Vom Productplacement in der Geschäftsstelle, auf dem Trainingsgelände oder auf der Pressekonferenz bis hin zu Präsentationsmöglichkeiten in Medienerzeugnissen. Hier reicht die Palette von Homepage, Posts in den sozialen Netzwerken und Newslettern bis hin zu Apps. Vielfältige Möglichkeiten bieten mit etwas Kreativität zudem Gewinnspiele, die Produktion von besonderem Content im Rahmen von Sponsorevents wie Round Tables oder (Weihnachts-)Feiern. Im Optimalfall kann das Produkt oder die Dienst-

leistung des Sponsors direkt in den Sport integriert werden, wie bei Sportgeräten, Genuss- und Nahrungsmitteln, Bekleidung, Trainingsprogrammen im Gesundheitssport und IT-Technik.

Offizielle Partnerschaften

Die Nutzung von Prädikaten wie „offizieller Gold/Silber/Bronze-Partner, Förderer, Sponsor von XY“ in der Unternehmenskommunikation kommt ebenfalls häufig vor. Etwas Besonderes sind Namensrechte an Mannschaften oder Sportstätten. Der Einsatz von Sportpersönlichkeiten, sei es als Testimonial, bei Meet & Greet Events oder Trainingseinheiten mit Kunden oder Mitarbeitern schaffen besondere Momente, die mit Geld nicht zu kaufen sind. Sponsoren können zudem die Nutzung der Infrastruktur des Gesponserten während und außerhalb von Sportevents, beispielsweise Logen, Hospitality, Trainingsgelände, Stadion und Sportstätten vereinbaren.

In Abhängigkeit von Zielstellung und Budget lassen sich Pakete aus diesen Optionen zusammenstellen.

KMU: klein aber effektiv sponsorn

Spezifika für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) ergeben sich vor allem durch ein kleineres Budget und weniger Manpower im Unternehmen. Somit sind nur „kleinere“ Ziele erreichbar und sinnvoll. Die Nutzung von Hospitalityangeboten, beispielsweise Business-Seats, und diesbezügliche Maßnahmen für Mitarbeiter und Kunden sowie Kontaktpflege im regionalen Unternehmernetz können sehr erfolgreich sein.

Auch ein lokales Engagement im Breitensport eröffnet neben dem gesellschaftlichen Effekt positive Wirkungen für die Wahrnehmung des Unternehmens, den Zugang zu den Mitgliedern des Vereins und Möglichkeiten zur In-

tegration der eigenen Mitarbeiter. Etwa durch die Trainingsteilnahme und Inhalte, über die man mit potentiellen Kunden sprechen kann.

Die geringere Manpower genügt bei kleineren Engagements. So lässt sich eigene Expertise im Unternehmen nach und nach aufbauen. Die Uni Oldenburg bietet hierzu den Online-Kompaktworkshop „Sportmarketing und -sponsoring“ an, Mehr dazu: t1p.de/kfk3s

Aufwand und Kosten

Sportsponsoring ist kein Alleingänger, der funktioniert, sobald das Sponsoring abgeschlossen und das Logo irgendwo platziert ist. Eine Faustregel besagt, dass pro ins Sponsoring investiertem Euro mindestens 1 Euro in die Aktivierung gesteckt werden muss. Hierunter sind Maßnahmen zu verstehen, die das Sponsoring wirksamer machen und es verlängern. Dazu gehört die Integration der Sponsoringbotschaft in andere Marketingmaßnahmen, zum Beispiel Werbung, Verkaufsförderung, PR, Direktmarketing, Social Media, Gewinnspiele, Wettbewerbe und interne Kommunikation.

Neben den Kosten für Mitarbeiter, die sich um die Umsetzung der Sponsoringmaßnahmen kümmern, sind Gelder für die Produktion von Werbemitteln, Reisekosten für Mitarbeiter und Gäste, Organisation von Veranstaltungen und Side Events, Technik und Infrastruktur einzuplanen. □



Foto: FH Erfurt

Dr. Benedikt Römmelt, Diplom-Sportökonom und Professor für Marktforschung und Statistik an der FH Erfurt, Lehraufträge für Sportmarketing an diversen Universitäten, darunter Oldenburg. Kontakt: benedikt.roemmelt@fh-erfurt.de



Jetzt
persönlich
beraten
lassen.

Wir machen Ihr Dach zum Kraftwerk!

Photovoltaik • Speicher • Ladelösungen

Jetzt persönliche
Beratung anfragen.



www.noordtec-solar.de

Sport-Sponsoring und Steuern

Viele Nuancen

Was müssen Unternehmen beachten, wenn sie zum Sportsponsor werden? Eine pauschale Lösung existiert nicht, denn die Regeln des Fiskus sind umfang- und facettenreich.

Es gibt unterschiedliche Arten des Sponsorings, die jeweils individuell steuerrechtlich zu würdigen sind. Ein konkretes Vorhaben sollte deshalb im Vorfeld mit einem Steuerberater oder -beraterin im Detail abgestimmt werden. Die Art und der genaue Umfang der Sponsoringleistungen werden üblicherweise in einem Sponsoring-Vertrag fixiert.

Betriebsausgabe oder Spende?

Vereinfacht gelten die folgenden Grundsätze im Sponsoring. Die Aufwendungen können je nach Fall gelten als: voll beziehungsweise anteilig abzugsfähige Betriebsausgaben; begrenzt abzugsfähige Spenden oder steuerlich nicht abzugsfähige Kosten der Lebensführung oder bei Kapitalgesellschaften als verdeckte Gewinnausschüttungen. Betriebsausgaben liegen vor, wenn der Sponsor wirtschaftliche Vorteile für sein Unternehmen erstrebt oder Produkte bewerben will. Insbesondere ist dies der Fall, wenn auf Plakaten oder ähnlichem auf das Unternehmen oder die Produkte werbewirksam hingewiesen wird.

Zuwendungen, die keine Betriebsausgaben sind, sind grundsätzlich als Spenden zu behandeln, wenn sie zur Förderung steuerbegünstigter Zwecke freiwillig erbracht werden, kein Entgelt für eine bestimmte Leistung sind beziehungsweise nicht in einem wirtschaftlichen Zusammenhang mit den Leistungen des Empfängers stehen.

Sponsoringaufwand, der nicht als Betriebsausgabe oder Spende zu behandeln ist, stellt grundsätzlich nicht abzugsfähige Kosten der privaten Lebensführung dar beziehungsweise kann bei einer Kapitalgesellschaft als verdeckte Gewinnausschüttungen gelten.

Aufwendungen aufteilen

Es gibt Konstellationen, bei denen Leistungen aufzuteilen sind. So können Aufwendungen für VIP-Logen in Sportstätten nach den Vorgaben des Bundesministeriums der Finanzen unter bestimmten Voraussetzungen vereinfachend zu 40 Prozent als Werbeaufwand (Betriebsausgabe), zu 30 Prozent als Bewirtungsaufwendungen und zu 30 Prozent für die Eintrittsberechtigung angesetzt werden, sofern keine andere Aufteilung nachgewiesen wird.

Bei den Anteilen für die Eintrittsberechtigung ist wiederum zu differenzieren, ob diese an eigene Arbeitnehmer oder an Geschäftsfreunde gewährt werden und ob gegebenenfalls die Betragsgrenzen für Geschenke von 50 Euro überschritten werden. Sofern keine andere Zuordnung nachgewiesen wird, kann davon ausgegangen werden, dass diese Aufwendungen je zur Hälfte auf Geschäftsfreunde und auf eigene Arbeitnehmer entfallen.

Auf Seiten der eingeladenen Personen liegen unter Umständen steuerpflichtige Einnahmen vor, wobei die Möglichkeit der pauschalen Besteue-

rung durch den Sponsor besteht. So wird ermöglicht, dass die eingeladenen Personen im Anschluss an eine Einladung keine steuerlichen Belastungen treffen.

Pauschalversteuerung

In der Praxis bietet sich folgende Vorgehensweise an: Sind die Kosten fürs Sponsoring überschaubar, ermöglicht die pauschale Aufteilung der Finanzverwaltung eine Erleichterung von Bürokratie und Nachweispflichten. Bei höheren Aufwendungen lohnt es sich, die im Gesamtbetrag enthaltenen Kosten für Eintritt beziehungsweise Bewirtung herauszurechnen und separat steuerlich zu betrachten. Unter Umständen lohnt es sich, eine verbindliche Auskunft vom Finanzamt einzuholen. Eine Zusammensetzung der Kosten im Sponsoringvertrag ist eine gute Möglichkeit, Nachweispflichten zu reduzieren. Die Pauschalversteuerung zugunsten von Geschäftsfreunden und Angestellten ist möglich und grundsätzlich zu empfehlen.



Foto: Treuhand

Autor: Haimo Mader
Partner | Wirtschaftsprüfer |
Steuerberater
Treuhand Weser-Ems GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft,
Oldenburg

Oldenburgische Landesbank

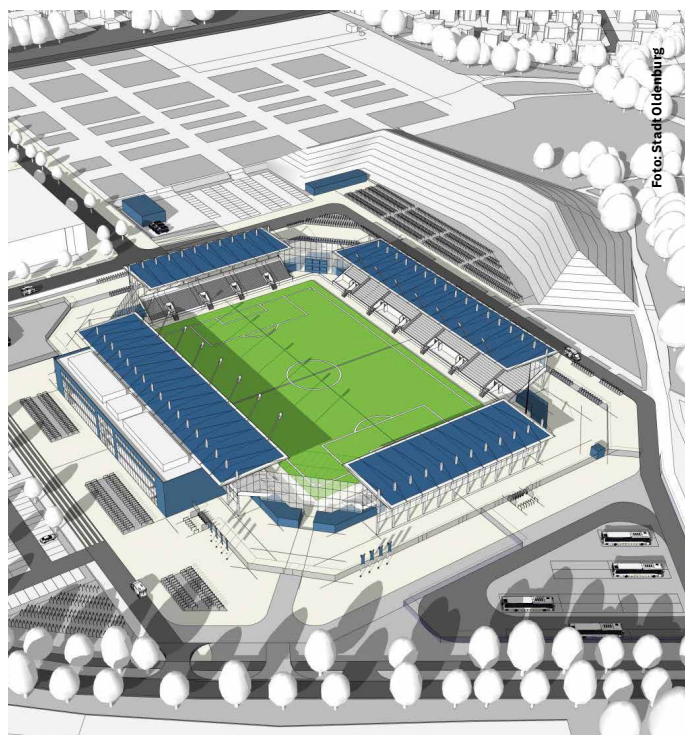
Rückenwind für Frauen-National-Elf



Dr. Holger Blask und Nia Künzer vom DFB (Mitte) mit Stefan Barth und Sandra Büschken (OLB).

Die Oldenburgische Landesbank (OLB) ist seit August Partnerin des Deutschen Fußball-Bundes (DFB) und unterstützt die Frauen-Nationalmannschaft. „Diese Mannschaft verbindet erfolgreich Leistung und Sympathie und genießt eine ständig wachsende Beachtung in der Bevölkerung.“, sagt Stefan Barth, CEO der OLB. „Sie lebt seit Jahren Teamgeist, Fairplay und Leistung und das stets mit der richtigen Portion Humor und Leichtigkeit. Daher passt die Frauen-Nationalmannschaft perfekt zu unserem ersten bundesweiten Sponsoring.“

Bei Länderspielen wird die Bank nach eigenen Angaben in den Stadien und im TV über die Bandenwerbung wahrzunehmen sein. „Zudem sind Social Media Spots vorgesehen.“ Am Engagement im Oldenburger Land hält die OLB weiter fest. „Wir fördern breitgefächert viele gemeinnützige Initiativen und Projekte.“ Im Fokus stünden dabei Kinder und Jugendliche.



Nach dem Willen des Stadtrats soll Oldenburg ein neues Stadion mit 10.000 Plätzen bekommen, die Kosten liegen bei rund 50 Millionen Euro. Die Eröffnung war ursprünglich Ende 2027 vorgesehen, nun rechnen die Verantwortlichen frühestens mit dem zweiten Quartal 2028. Die Stadt beziffert den jährlichen Zuschussbedarf auf 2,2 Millionen Euro. Vom Neubau wird vor allem der Fußball-Regionalligist VfB Oldenburg profitieren.

fm asiento
Design Daniel Figueroa

MEHRZWECKSTUHL - JETZT NEU BEI



Gelbe Seiten



**Wir verschaffen Ihnen mehr
Zeit für Ihre Kunden:**

- maßgeschneiderte Werbekonzepte
- innovative Maßnahmen für Ihre Print- und Online-Werbung
- über 40 Mio. Reichweite mit Buch, Website und App*

Leidenschaft erreicht mehr mit Gelbe Seiten.

Jetzt beraten lassen:
Tel. 0511/8550-8100



Foto: BÜFA

BÜFA unterstützt die EWE Baskets, den VfB Oldenburg und den VfL Handball. Drei Vereine mit starker Bindung zur Stadt Oldenburg, sowie wir diese auch haben. Neben Bandenwerbung präsentieren wir im Rahmen des Sponsorings die Cheerleading Gruppe Bright Delights oder die Einlaufkinder des VfB Oldenburg, die eine hohe Aufmerksamkeit generieren und ausgezeichnet zu uns passen. Damit fördern wir zum einen den Profi-Teamsport, der Menschen verbindet, begeistert und Gemeinschaft schafft. Zum anderen bieten wir unseren Mitarbeitenden auch Benefits wie Heimspiel-Tickets, die sehr großen Anklang finden.

Anette Koch-Wegener, BÜFA GmbH & Co. KG, Oldenburg

Erfahrungen regionaler Firmen

Gewinn für alle Beteiligten

Viele Unternehmen aus dem Oldenburger Land engagieren sich als Sponsoren im Leistungs- und Breitensport. Und erzielen damit nicht nur positive Effekte für die Gesponsorten, sondern auch für ihren eigenen Betrieb. Vier Beispiele.



Foto: BizLink

Jährlich veröffentlichen wir eine Ausschreibung für Trikot-Sponsoring auf unseren Social Media-Kanälen, die gezielt Jugendvereine anspricht – unabhängig von der Sportart. Auch weniger bekannte Vereine haben so die Chance auf Unterstützung. Wichtig ist uns, dass die Vereine junge Talente fördern. Mit Trikot-Sponsoring und Maßnahmen wie Bandenwerbung wollen wir besonders im Jugendbereich Interesse an unseren Ausbildungsangeboten wecken. Das hat unsere regionale Bekanntheit deutlich gesteigert.

Carina von Dülmen, BizLink Special Cables Germany GmbH, Friesoythe



Foto: BizLink

Sport-Sponsoring beim SW Osterfeine, bei den Lohne Longhorns und beim Rasta Vechta ist für uns eine tolle Möglichkeit, um die

Attraktivität lokaler Angebote zu unterstützen und gleichzeitig unsere Arbeitgeber-Marke zu stärken. Dies ist für uns weit mehr als Bandenwerbung; daher sind wir gerne vor Ort, fiebern bei den Teams mit und bieten sogar Videoproduktionen oder das Sponsoring von Mehrweg-Bechern an, um unsere Unternehmensphilosophie in die Prozesse mit einfließen zu lassen.

Lisa Runden, CEO Runden Group, Osterfeine

Wir unterstützen alle vier Sportvereine Goldenstedts auf unterschiedliche Art – durch Bandenwerbung, Werbeschaltungen oder bei der Anschaffung von Sportbekleidung. Viele unserer Mitarbeitenden sind persönlich oder mit Familienmitgliedern in diesen Vereinen als Sportler oder Betreuer aktiv. Wir erfahren regional eine sehr positive Resonanz auf den Arbeitgeber Bergmann. Das Sponsoring der Bekleidung der Leichtathletikabteilung des Sportvereins TuS Frisia erweitert diese Wahrnehmung durch deren erfolgreiche Teilnahme an bundesweiten Wettkämpfen weit über die Ortsgrenzen hinaus.

Wladimir Bondarenko, Ludwig Bergmann GmbH, Goldenstedt



Foto: Frisia



Den
Erfolg
im Blick

ab 4. November 2024

- **Koordinator/in Betriebliches
Kompetenzmanagement (IHK)**
vorausschauend Fachkräfte
sichern
ihk.de/oldenburg/bkm

IHK ■

Die Weiterbildung
schafft Perspektiven

Energie

Im Nordwesten ideal

Der Aufbau der Wasserstoffwirtschaft gewinnt an Schubkraft. Das maßgeblich von der EWE angeschobene Projekt „Clean Hydrogen Coastline“ und seine vier Teilvorhaben von Emden bis Bremen fördern der Bund und die Länder Niedersachsen und Bremen mit insgesamt einer halben Milliarde Euro.



Stefan Dohler,
EWE-Vorstands-
vorsitzender

Foto: Sebastian Vollmert

Herr Dohler, es gab eine erhebliche Wartezeit bei Fördergenehmigung und -zusage: Das wird bei Ihnen im Unternehmen manche Planung durchkreuzt haben. Wann und wo wird EWE zum ersten Mal in großem Stil Grünen Wasserstoff erzeugen können?

Nach jetzigem Planungsstand gehen wir davon aus, dass EWE voraussichtlich im Jahr 2027 erstmalig durch den in Emden geplanten Elektrolyseur, der mit 320 Megawatt elektrischer Anschlussleistung zu den größten in Europa gehören wird, Wasserstoff im großen Stil erzeugt.

Die Produktion von H2, die Sie auch in Bremen planen, ist die eine Sache. Deshalb werden im Zuge des geförderten Projekts in der Region auch Transportleitungen um- und neugebaut und

wird Speicherplatz für H2 umgerüstet. Wie sind die regionalen Projekte in einen nationalen und einen europäischen Rahmen eingebettet?

Die Anbindung an das H2-Kernnetz stellt sicher, dass die H2-Kapazitäten auch über die Region hinaus zur Verfügung gestellt werden können. Das deutschlandweite Netz soll rund 10.000 km umfassen. Das Kernnetz soll dabei auch an die geplanten Kernnetze der Nachbarländer angeschlossen werden.

Eine Energiewende gelinge nicht ohne die Umstellung auf Grünen Wasserstoff, sagen Sie. Warum?

Für das Gelingen der Energiewende müssen einerseits konventionelle Energieträger in ihrer Funktion als Energielieferant ersetzt werden, andererseits bedeutet die Abkehr von konventionellen Energieträgern aber auch, ihre Funktion als Grundstoff in Industrieanwendungen durch Alternativen zu ersetzen. Grüner Wasserstoff eignet sich als Energieträger und Speichermedium erneuerbarer Energien ebenso wie als Grundstoff in entsprechenden Prozessen. Er ist damit ein Schlüssel für das Gelingen der Energiewende.

Wie sehen Sie die künftige Rolle des Nordwestens bei der Energieversorgung Deutschlands?

Der Nordwesten ist für den Hochlauf der Wasserstoffwirtschaft geradezu prädestiniert. So bietet er ausreichend insbesondere Wind aber auch Sonne zur grünen Wasserstoff-Erzeugung, optimale geologische Voraussetzungen für die Speicherung von Wasserstoff in Salzkavernen und eine gute Anbindung an das geplante Wasserstoff-Kernnetz.

Und wie kann der Nordwesten als Standort, etwa für Industrie, von dem Vorhaben profitieren?

Die Region wird perspektivisch zu einem Zentrum der Wasserstoffwirtschaft, was in der Folge die Standortattraktivität für Unternehmen und Investitionen in die Region anreizt und auch neue Arbeitsplätze generieren kann.

EWE hat in dem Zusammenhang „Powerhouse Nord“ gestartet. Welche Überlegung steckt dahinter?

Das von EWE mitinitiierte neue Netzwerk hat das Ziel, dass sich in der Region Nordwest Unternehmen, Verbände, Kommunen, Wissenschaft und die Zivilgesellschaft miteinander vernetzen, um die Energiewende schließlich zu einem Erfolg für Norddeutschland zu machen.

Fragen: Michael Bruns

transcide GmbH, Oldenburg

Gründung: 2021, zunächst nebenberuflich, seit August 2023 in Vollzeit selbstständig.

Köpfe: Fabian Pleye (33 Jahre), Renke Dinklage (34), Mitarbeiter: 4.

Wie die Idee entstanden ist: „Fabian und ich waren Kollegen und haben uns häufiger privat getroffen“, sagt Dinklage. „Bei einem dieser Treffen entstand die Geschäftsidee, unsere Kompetenzen als Unternehmer am Markt anzubieten.“

Geschäftsmodell: „Als Berater im Bereich Data unterstützen wir Unternehmen dabei, durch die richtige Nutzung ihrer Daten transparente Einblicke zu gewinnen und fundierte Entscheidungen zu treffen. Unsere Stärke liegt in der Verbindung von Technologie und Wirtschaft:

Renke Dinklage
(l.) und
Fabian Pleye



Junge
Firmen

Wir setzen Projekte nicht nur konzeptionell, sondern auch technisch um, indem wir unsere technische Expertise mit einem umfassenden Verständnis für die geschäftlichen Bedürfnisse unserer Kunden verbinden.“

Geschäftsziel: „Mit unserer langjährigen Datenexpertise ermöglichen wir Un-

ternehmen den Zugang zu transparenten Informationen für faktenbasierte, nachhaltige Entscheidungen. Wir unterstützen bei der Harmonisierung und Qualitätsoptimierung von Datenquellen und generieren durch Analyse und KI wertvolle Erkenntnisse, die Entscheidungsträgern helfen, fundierte Entscheidungen zu treffen.“ transcide.de

Unsere Häfen. Ihre Zukunft.

www.nports.de

Folgen Sie uns auf



business.ewe.de/solarpflicht

**Jetzt
kostenfrei
beraten
lassen**

Solarpflicht ohne eigene Investition erfüllen

Sind Sie bereit für die Solarpflicht? Mit EWE business Solar erfüllen Sie die gesetzlichen Vorgaben und reduzieren sofort Ihre Energiekosten – ganz ohne Investitionsaufwand. Sie erhalten eine maßgeschneiderte Photovoltaikanlage im Full Service und zahlen lediglich eine fest kalkulierbare monatliche Solarrate.

Regionale Nachfolgebörse

Angebot

Stark regional vernetzter Garten- und Landschaftsbaubetrieb, ansässig im Cloppenburger Raum, mit langjährigen, gewachsenen und gefestigten Kundenbeziehungen und 20-jähriger Betriebserfahrung, sucht Nachfolger/in aus Altersgründen zum 31.12.2024. (OL-A-39/24)

[ihk.de/oldenburg/
nachfolgeboerse](http://ihk.de/oldenburg/nachfolgeboerse)



Roboter unterstützen die Pflege von Morgen

Foto: IHK/Schaeper

Einblicke in die Zukunft der Pflege

Oldenburg. Mitte September besuchten Unternehmerinnen und Unternehmer des IHK-Netzwerkes Gesundheitswirtschaft unter dem Motto „die Zukunft der Pflege“ die „Living Labs“ des OFFIS Oldenburg. Im Fokus standen die Zukunftslabore IDEAAL-Wohnung, das Intensivpflegelabor LIFE und die Pflegedienstzentrale (PDZ). Die Gruppe erfuhr, wie innovative Technologien Pflegekräfte entlasten und das Wohnen im Alter sowie die Zusammenarbeit im Gesundheitswesen verbessern können. Was heute noch futuristisch erscheint, könnte schon

bald in Pflegeheimen und Krankenhäusern Wirklichkeit werden: Mittelfristig sollen Roboter nicht nur beim Umlagern helfen, sondern auch leichte Aufgaben wie das Anreichen von Essen oder Wasser übernehmen. Viele Anwendungen könnten aus einer Pflegedienstzentrale gesteuert werden. Einen besonders nachhaltigen Eindruck hinterließ der humanoide Roboter Ameca. Er kann auf der Pflegestation bei der sozialen Interaktion und Schulungen für Pflegekräfte helfen.

ihk.de/oldenburg/netzwerk-gesundheitswirtschaft

www.documentus.de



Wie andere mit Ihren Daten umgehen.

Wie wir mit Ihren Daten umgehen.

Ihr Partner für die Archivierung, Vernichtung und Digitalisierung Ihrer Daten.
Rundum sicher.

documentus GmbH Bremen
Tel.: 0421 69655-5
info@documentus-bremen.de

**Intensiv-Vorbereitungskurse auf die
Ausbilder-Eignungsprüfung (AEVO)
in 1 Woche**

► 2024: 18.11.
► 2025: 06.01. / 03.02. / 03.03. / 07.04. / 05.05. / 02.06.
14.07. / 08.09. / 20.10. / 24.11.



Bildungskontor GmbH · Gerd Wilkens
Am Wendehafen 8 – 12 · 26135 Oldenburg
Tel. 0441 9266130 · wilkens@bildungskontor.de
www.bildungskontor.de



**WIR SPIELN FÜR SIE EINE
TRAGENDE ROLLE
BIS INS DETAIL.**

NTM, Wildeshausen

www.stahlhallen-janneck.de
Zum Gewerbegebiet 23 49696 Molbergen T: 04475 92930-0

PRINT + DIGITAL

FACHKRAFT GESUCHT?

Einstieg? Veränderung? Neustart?

Der erste Schritt zu einem neuen beruflichen Status?

Ganz einfach! „Status: Neu“, das Fachkräfte-Magazin bietet den Leserinnen und Lesern einen Überblick über die Top-Arbeitgeber der Region – und das können Sie sein!

- Das Fachkräfte-Magazin für Ihre Region
- Der Kommunikationsweg zu Ihren zukünftigen Fachkräften
- Nutzen Sie Ihre Chance sich zu positionieren
- Jetzt!



**Anzeigen-
schluss**
25. Oktober 2024
Erscheinungstermin
Dezember
2024

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Ich bin gerne für Sie da.



Mike Bokelmann
Tel. 0441 9353-274
Mobil 0160 3674930
mike.bokelmann@schluetersche.de

schlütersche Ausbildungsmedien
Eine Abteilung der Kommunikation & Wirtschaft GmbH.
Ein Unternehmen der Schlüterschen Mediengruppe.

Baumschulenweg 28
26127 Oldenburg
Tel. 0441 9353-0
ratgeber@schluetersche.de
ausbildungsmedien.de

schlütersche

Jubiläen

125 Jahre

Vereinigte Volksbank eG
Ganderkesee - Hude -
Bookholzberg - Lemwerder
Auf der Nordheide 1
27798 Hude

75 Jahre

Hilko Meyer
Gebrüder Meyer GmbH
Molkereistr. 1
26935 Stadland

TURM-Sahne GmbH
Westerender Weg 24 A
26125 Oldenburg

50 Jahre

Feuerschutz Hese GmbH
Bahnhofstr. 14 B
26452 Sande

25 Jahre

Ashampoo GmbH & Co. KG
Schafjückenweg 2
26180 Rastede

Metallservice Haar GmbH
Von-Siemens-Str. 7, 49699 Lindern

Jörg Zühlke GmbH
Haseler Weg 2, 26125 Oldenburg

Schwartz & Kuschmann GmbH
Donnerschweer Str. 86
26123 Oldenburg

Philipp Löning
(Nachhilfeunterricht)
Lange Str. 9, 26676 Barßel

Günter Buschenlange GbR
(Tierhaltung)
Jagdweg 8, 49681 Garrel

Heiko Siemen
(Lohnunternehmen)
Borbecker Weg 15
26215 Wiefelstede

Helmut Schlarmann
(IT-Dienstleistungen)
Hinterm Esch 21, 49681 Garrel

Manfred Brinkmann
(Konstruktionsbüro)
Allerstr. 4, 49681 Garrel



IMAS - Arbeitsmedizinischer
Dienst - GmbH
Olympiastr. 1, 26419 Schortens

Media Markt TV-HiFi-Elektro
GmbH Oldenburg
Posthalterweg 15
26129 Oldenburg

Heinrich Emke
(Diskjockey u. DJ-Vermittlung)
Zur Fleischmehlfabrik 2
26169 Friesoythe

Timo Berndt (Diskjockey)
Blesshuhnweg 4, 26689 Apen



Nicht weitersagen:

v. l. Gratulant Jan Müller (IHK) mit
Sascha Hemme, Carsten Lübben und
Nico Steudel (alle Rhein Umschlag)
und Felix Jahn (IHK)



Foto: Rhein Umschlag

Ella Galimow (Buchführungsservice)
Sieben Provinzen 7
26169 Friesoythe

Hubert Berentzen
(Internethandel mit Briefmarken)
Aschhauser Weg 5 a
26127 Oldenburg

Mathias Haake
(Einzelhandel mit Gebrauchtwagen)
Grenzstr. 15, 26382 Wilhelmshaven

Rasteder Schloßreisebüro e.K.
Oldenburger Str. 221
26180 Rastede

Michael Jürgens
(Hotel u. Restaurant)
Harrier Str. 12
26919 Brake

Edgar Niemöller
(Kfz-Sachverständiger)
Spatenweg 12
26160 Bad Zwischenahn

Tanja Klaassen (Reisebüro)
Hauptstr. 46
26452 Sande

100 Jahre Rhein-Umschlag, Oldenburg

Die Unternehmensgruppe Rhein-Umschlag geht zurück auf die Rhein-Umschlag AG, die 1924 in Düsseldorf gegründet wurde. Im Zuge des Ausbaus der Hafenanlagen der Oldenburger Glashütte, die wie die Rhein-Umschlag AG der Düsseldorfer Familie Heye gehörte, kam Rhein-Umschlag 1937 nach Oldenburg und baute ein Hafengeschäft auf. 1953 wurde es in die neu gegründete Rhein-Umschlag GmbH eingebracht. In den Folgejahren kamen Kieswerke und Transportbetonwerke hinzu. 1986 stieg das Unternehmen auch in das Factoringgeschäft ein, das es bis heute betreibt. 1992 wurde ein Hafen in Haldensleben in Sachsen-Anhalt übernommen. Im Rahmen eines Optimierungsprogramms wurden zwischen 2010 und 2018 die Oldenburger Hafenanlagen ausgebaut und ein neues Bürogebäude an der Dalbenstrasse errichtet. Nach rückläufigen Mengen stiegen die Umschlagsmengen ab 2020 wieder an, bis eine Havarie der Eisenbahnbrücke in Elsfleth im Frühling 2024 das Seeschiffsgeschäft vollständig – und das Binnenschiffsgeschäft spürbar reduzierte. Die Gruppe arbeitet jetzt am Ausbau des Bahngeschäfts und dem Aufbau anderer Standorte.

Das Geheimnis liegt im **Wie!**

Dass der Anschluss an die Gegenwart
klappt, ist keine Frage der Bits und Bytes

Digitalisierung? Läuft!

www.aufwerts.org

aufwerts
empathisch | einfach | evolutionär

denk!





Impressionen

Flinke Beine und Jobvielfalt

Über 1000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer starteten im September beim IHK-Ausbildungslauf in Bad Zwischenahn. Und auf der Messe job4u warben 170 Unternehmen um die Gunst potenzieller Auszubildender.

Fotos: Peter Duddek, Hauke-Christian Dittrich und Andreas Burmann





Impressum

Herausgeber: Oldenburgische Industrie- und Handelskammer, Moslestraße 6, 26122 Oldenburg, Tel. 0441 2220-0, info@oldenburg.ihk.de, www.ihk.de/oldenburg

Verantwortlich für den redaktionellen

Inhalt: Hauptgeschäftsführer Dr. Torsten Slink

Redaktion: Michael Bruns, Tel. 0441 2220-210, michael.bruns@oldenburg.ihk.de, Berit Böhme, Tel. 0441 2220-211, berit.boehme@oldenburg.ihk.de

Mit Namen gekennzeichnete Beiträge geben nicht in jedem Fall die Ansicht des Herausgebers und der Redaktion wieder. Keine Gewähr für unverlangt eingesandte Manuskripte oder Besprechungsexemplare. Nachdruck und elektronische Vervielfältigung des Inhalts nur nach ausdrücklicher Genehmigung, mit Quellenangabe und unter Einsendung eines Belegexemplars.

Verlag:

Kommunikation & Wirtschaft GmbH

Ein Unternehmen der Schlüterschen Mediengruppe

Baumschulenweg 28, 26127 Oldenburg, Tel. 0441 9353-143, meyer@kuw.de

Anzeigenverkauf:

Thomas Wester (Anzeigenleiter)
Mike Bokelmann (Verkauf), Tel. 0441 9353-274
mike.bokelmann@schluetersche.de

Basis-Layout: Sebastian Knickmann
Büro für Gestaltung, Bremen

Umsetzung: Ramona Bolte

Schriften: IBM Plex Sans / IBM Plex Serif
by Mike Abbink and Bold Monday

Abonnement-Service: Sylke Meyer,
Tel. 0441 9353-143, meyer@kuw.de

Erscheinungsweise: zehn Ausgaben im Jahr

Erscheinungstermin dieser Ausgabe:
11.10.2024

Bezugspreis: Die Zeitschrift ist das offizielle Organ der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer. Der Bezug ist für IHK-zugehörige Unternehmen kostenlos. Für andere Bezieher kostet das Jahresabonnement 20,- Euro inkl. Versandkosten und MwSt. Mindestbezug ein Jahr, danach gilt eine Kündigungsfrist von zehn Wochen zum Halbjahresende. Einzelpreis 2,- Euro zzgl. Versandkosten.

Druck: Druckkontor Emden, Wolthuser Str. 1, 26725 Emden

Verbreitete Auflage:

19.613 Exemplare, 2. Quartal 2024



Der Bezug der IHK-Zeitschrift erfolgt im Rahmen der grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied der IHK

Druckprodukt mit finanziellem
Klimabeitrag
ClimatePartner.com/53323-2310-1005



DRUCKKONTOR
EMDEN

FRISCHER WIND
FÜR IHRE
DRUCKSACHEN!

rundum kreativ
DESIGN & PRINT

Wolthuser Straße 1 | 26725 Emden
Tel. +49 (0) 4921 58918-0
info@druckkontor-emden.de
www.druckkontor-emden.de

Nehlsen®
saubere Leistung

www.nehlsen.com

WIR HOLEN'S AB

Nehlsen – Ihr regionaler Partner



Nehlsen AWG GmbH & Co. KG
Fuhlrieger Allee 2 | 26434 Wangerland/Wiefels
Tel.: 04461 9987-0 | info.awg@nehlsen.com

Nehlsen Cloppenburg GmbH & Co. KG
In der Riede 3 | 49692 Cappeln
Tel. 04471 18432-0 | info.cappeln@nehlsen.com

Impulse aus Oldenburg

160 Beratungskräfte aus dem Förderprogramm „Passgenaue Besetzung und Willkommenslotsen“ trafen sich kürzlich zum Austausch im Bundeswirtschaftsministerium (BMWK).

Die Tagung stand unter dem Motto „Wen vermitteln wir morgen? Neue Zielgruppen im Fokus“. Das Programm umfasste Impulsvorträge, Barcamps und Diskussionsrunden.

Die Beraterinnen und Berater der Passgenauen Besetzung sind laut BMWK „Experten für die Suche nach Ausbildungssuchenden aus Deutschland“. Willkommenslotsen sind „für Fragen der Integration von Geflüchteten sowie Fachkräfteeinwanderung“ zuständig.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erarbeiteten neue Strategien. Und zeigten auf, wie trotz eines schrumpfenden Bewerbermarktes freie Ausbildungsstellen besetzt werden können.

Enge Begleitung, dichtes Netzwerk

Ein Thema waren „Wege in die Ausbildung für Nachwuchskräfte mit Vermittlungshemmnissen“. Große Beachtung fanden hier die Impulse von Bettina Doneit von der Oldenburgischen IHK. Doneit setzt bei der Vermittlung auf enge persönliche Betreuung und auf ein engmaschiges Netzwerk, das von Verantwortlichen im Fallmanagement bis hin zur Schuldnerberatung. „Unterstützung ohne Netzwerke funktioniert nicht.“ Die jungen Menschen könnten sich erst auf die Ausbildung konzentrieren, wenn die „ganzen Negativgeschichten im Hintergrund“ geregelt seien. Auf Interesse stieß auch Doneits Erfahrungsbe-



richt zum Oldenburger Erfolgsmodell „1+2“. Das Prinzip: der Ausbildungszeitraum wird um ein Jahr verlängert und von intensiver Förderung, etwa in puncto Deutschkenntnisse, flankiert. „Die Bestehensquote liegt bei knapp 90 Prozent.“

Zu viel Bürokratie

Einig waren sich die Beraterinnen und Berater, dass der hohe bürokratische Aufwand, beispielsweise die überbordende Nachweispflicht, ihre Arbeit ausbremst. Der Ruf nach Bürokratieabbau sei nun auch im Ministerium ge-

hört worden, freut sich Doneit. „Sie arbeiten dran.“

Im ersten Halbjahr 2024 haben nach Angaben des BMWK mehr als 7000 Betriebe die individuelle Unterstützung durch die Beraterinnen und Berater der Passgenauen Besetzung sowie die Willkommenslotsen in Anspruch genommen. „Es konnten mehr als 2000 junge Menschen in den Ausbildungsmarkt integriert werden, davon über 400 mit Fluchthintergrund.“

Mehr zum Förderprogramm:
[ihk.de/oldenburg](https://www.ihk.de/oldenburg) (Nr. 6056698)



SAM

Ihr Schlüssel zu qualifizierten Auszubildenden!

Entdecken Sie die Welt der **Schlütersche Ausbildungsmedien** – Wir verbinden Unternehmen mit jungen Erwachsenen und motivierten Auszubildenden!

Wir helfen Unternehmen, maximale Reichweite mit Unternehmensporträts zu erzielen.

- Unsere Expertise baut auf unserem starken Netzwerk aus Schulen, Unternehmen und regionalen Partnern.
- SAM setzt auf effiziente Wege und zukunftsorientierte Lösungen mit optimaler Sichtbarkeit bei potenziellen Auszubildenden durch unsere Printmagazine und die digitale Plattform **GymmeMore.de**.
- Unsere Produkte sind auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnitten (Ausbildungsguide für die SEK I und GYMME MORE für die SEK II sowie Grown-up! für junge Erwachsene, die ins Leben starten und Themen wie Versicherungen, Finanzen, Steuern, erste Wohnung etc. angehen) und sie werden in Abschlussklassen verteilt.
- Sie können darin gezielt bei den jungen Menschen auf sich aufmerksam machen!

Entdecken Sie die Vorteile einer Partnerschaft mit SAM – wir sichern die optimale Sichtbarkeit und Reichweite, um die besten Talente für Ihr Unternehmen zu gewinnen!

[ausbildungsmedien.de](https://www.ausbildungsmedien.de)



Termine

Anmeldung und weitere
Veranstaltungen:

ihk.de/oldenburg/veranstaltungen



| Thema | Datum | Uhrzeit |
|--|-----------------|-----------|
| Unternehmens- und Gründersprechtage* | Di, 15. Oktober | ab 9 Uhr |
| Cybersicherheit: IT-Sicherheit im Homeoffice* | Fr, 18. Oktober | 10 Uhr |
| Treffpunkt Metropolregion: Mobilität der Zukunft – Wie wollen wir weiterhin von A nach B kommen? | Di, 22. Oktober | 16 Uhr |
| Sprechtage Cybersicherheit* | Mi, 23. Oktober | ab 9 Uhr |
| Gemeinsamer Gründungssprechtage IHK mit der Wirtschaftsförderung und der Stadt Oldenburg | Mi, 23. Oktober | ab 10 Uhr |
| Aus der Praxis für die Praxis: Best Practices Beispiele für den Ausbildungsalltag | Mi, 23. Oktober | 16:30 Uhr |
| Sprechtage Unternehmensnachfolge* | Do, 24. Oktober | ab 9 Uhr |
| Netzwerkveranstaltung: Die eRechnung kommt! Sind Sie vorbereitet? | Fr, 25. Oktober | ab 9 Uhr |
| Sprechtage: Digitalisierung vor Ort: Stadland* | Di, 29. Oktober | ab 10 Uhr |
| Gemeinsamer Finanzierungssprechtage mit der NBank* | Mi, 30. Oktober | ab 9 Uhr |
| Exklusiv-Beratung Im- und Export* | Di, 5. November | ab 9 Uhr |
| Ausbildung zielgruppengerecht gestalten | Di, 5. November | 15 Uhr |
| Prototypenparty Oldenburg | Di, 5. November | 18 Uhr |
| Unternehmens- und Gründersprechtage* | Mi, 6. November | ab 9 Uhr |
| Sprechtage Digitalisierung* | Do, 7. November | ab 9 Uhr |
| Sprechtage: Unterstützung im Krisenfall - Runder Tisch* | Fr, 8. November | ab 9 Uhr |
| In Nachhaltigkeit investieren – Chancen und Stolpersteine | Fr, 8. November | 9 Uhr |

*45-minütige Einzeltermine zur individuellen Beratung

Unsere Veranstaltungen finden online oder in Präsenz statt.

22. Oktober

Mobilität der Zukunft

Unter dem Motto „Wie wollen wir weiterhin von A nach B kommen?“ beleuchtet der diesjährige „Treffpunkt Metropolregion“ im Mercedes-Benz-Werk in Bremen nachhaltige Mobilitätskonzepte zwischen ländlichem Raum und Ballungszentren.

www.ihk.de/oldenburg/termintipp1



8. November

Nachhaltigkeit: Chancen und Stolpersteine

Die IHK bietet Impulsvorträge zu den neuesten gesetzlichen Nachhaltigkeits-Anforderungen und deren Auswirkungen auf Unternehmen. Außerdem stellen Firmen Best-Practice-Beispiele vor. Ort: Firma Vogelsang (Essen/Oldenburg), Auf Wunsch mit Betriebsführung.



www.ihk.de/oldenburg/termintipp2



IHK-Vollversammlung

Schienenausbau und Schuldenbremse

Cloppenburg. Die Gewinnung von Nachwuchskräften, die Verkehrsinfrastruktur und die niedersächsische Haushaltspolitik standen Mitte September im Fokus der Vollversammlung im Cloppenburg Kulturbahnhof. Gastredner war der niedersächsische Finanzminister Gerald Heere (Bündnis 90/Grüne).

Qualitätssiegel für AMCON

Reges Engagement an den Schulen, überzeugende Präsenz bei regionalen Jobmessen und ein umfangreiches Praktikums-Angebot – das sind Gründe für die erfolgreiche Nachwuchsarbeit der Cloppenburg AMCON Software GmbH. Das nachhaltige Konzept des Unternehmens wurde mit dem IHK-Qualitätssiegel „TOP AUSBILDUNG“ ausgezeichnet. AMCON hat rund 190 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, darunter 37 Auszubildende. Pro Jahr sind dort 90 Praktikantinnen und Praktikanten zu Gast.

Zweigleisig nach Osnabrück

Olaf Clausen (AMCON GmbH) ist Mitglied im IHK-Verkehrsausschuss. Er benannte die verkehrspolitischen Herausforderungen in Süddoldenburg. „Gute Erreichbarkeit ist ein harter Standortfaktor. Das größte und bedeutendste Bahn-Projekt für Cloppenburg und die gesamte Region zur Umsetzung der Verkehrswende und zur Erreichung der Klimaziele im Verkehrssektor ist der zweigleisige und elektrifizierte Ausbau der Bahnstrecke Oldenburg – Osnabrück.“ Davon profitiere neben dem Personen- der Güterverkehr, etwa die Verkehre des JadeWeserPorts „in Richtung Nordrhein-Westfalen und weiter in den Süden“.

Außerdem mahnte er den überfälligen Ausbau der E 233 an. In Sachen kostenloses Deutschlandticket forderte Clausen eine Gleichbehandlung von Studierenden und Auszubildenden.

Milliardenschwere Investitionen

Gerald Heere sprach über „Haushaltspolitik in der Mehrfachkrise“. Allein in Niedersachsen sei laut Schätzungen der NBank in den kommenden Jahren ein Investitionsvolumen von „Staat plus Private“ von jährlich „40 bis 55 Milliarden Euro“ nötig. Darin enthalten seien „die Aufgaben Wirtschaftstransformation, Digitalisierung, Klimaanpassung, Wohnungsbau und Infrastruktur“.

Heere plädierte für eine „investitionsfreundlichere Reform“ der Schuldenbremse. Derzeit seien die Verschuldungsgrenzen in Deutschland strenger als die europäischen Vorgaben. Er warb für eine „sachliche überparteiliche Debatte“ rund um die „drei Stellschrauben Subventionsabbau, Aufgabenkritik und Sparen“ um mehr Zukunftsinvestitionen zu ermöglichen. Die Landesregierung wolle „nicht in die Krise hinein sparen“ und Haushaltsüberschüsse für Impulse verwenden. **Berit Böhme**

Wir machen's einfach!

Enjoy business.

treuhand.de

Sie kümmern sich um Ihr Business, wir um das Drumherum! Weltweit!

Wirtschaftsprüfung · Steuerberatung
Rechtsberatung · Unternehmensberatung
IT-Beratung

TREUHAND

HLB GLOBAL AUDIT, TAX AND ADVISORY

Seminare und Lehrgänge

Weitere Angebote:
ihk.de/oldenburg/seminare



Unsere Seminare finden in Präsenz bzw. online statt.

| Ausbilder und Trainer, Pädagogik | |
|--|-----------------------|
| Vorbereitung auf die Ausbilder-Eignungsprüfung | ihk-oldenburg.de/LADA |
| Erfolgreiches Recruiting und nachhaltige Bindung von Auszubildenden (Baustein 2 des Ausbilder-TrainingsCamp) | 18. Oktober |
| Konstruktive Kommunikation - Kompetenz für die Gesprächsführung | 24. Oktober |
| Immobilienwirtschaft | |
| Immobilienmanagement Aktuell 2024 - Energiemanagement und die Auswirkungen auf die Betriebskosten und das Hausgeld | 21. Oktober |
| Allg. Verkehrssicherungspflichten – Spezialwissen für Wohnimmobilienverwalter | 5. November |
| Marketing / Einkauf und Logistik | |
| Künstliche Intelligenz im Recruiting – ChatGPT & Co. erfolgreich nutzen | 4. November |
| Social Media & Recht – Was Sie beim Einsatz von Social Media unbedingt wissen sollten | 5. November |
| Einkaufstraining Preisverhandlung in der Praxis – Aufbauseminar | 7. November |



Koordinator/in Betriebliches Kompetenzmanagement (IHK)

Mit den Babyboomern verlassen Kompetenzen, Kontakte und Erfahrungswerte ein Unternehmen. Ziel der Weiterbildung für Führungskräfte und Personalmanagement ist die Erarbeitung eines Konzepts, um den Wechsel zu steuern und neue Mitarbeitende zu gewinnen.

ab 4. November

www.ihk.de/oldenburg/wbaktuell

| Personalwesen, Arbeits- und Sozialrecht, Gesundheit | |
|---|----------------|
| Personalentwickler/in (IHK) | ab 25. Oktober |
| Das aktuelle Reisekosten- und Bewirtungsrecht | 28. Oktober |
| Koordinator/in Betriebliches Kompetenzmanagement (IHK) | ab 4. November |
| Social Recruiting - Personalgewinnung mit Social Media | 7. November |
| Gepr. Fachwirte / Gepr. Fachkaufleute / Gepr. Meister/-innen | |
| Geprüfte Handelsfachwirte 2024 | ab 14. Oktober |
| Auszubildende und Jungkaufleute | |
| Telefontraining für Auszubildende und Juniorkaufleute | 22. Oktober |
| Telefontraining - professionell und stilvoll im Kundenkontakt | 29. Oktober |

IHK Die Weiterbildung schafft Perspektiven



Informationen, Beratung, Anmeldung:
Nazlican Mersinioglu
 Tel. 0441 2220-424
bildung@oldenburg.ihk.de

Das ausführliche Angebot der IHK-Weiterbildung (inkl. Online-Anmeldung):
ihk.de/oldenburg/seminare

Abonnieren Sie den IHK-Newsletter mit Hinweisen auf Seminare und Lehrgänge:
ihk.de/oldenburg/newsletter

Das wiederaufgelebte Gebrauchsmuster



Patentanwalt
Matthias Jabbusch

Nachdem eine Patentanmeldung durchgeführt wurde und diese Patentanmeldung nach etwa vier Jahren aufgegeben wurde, stellt sich für manche eine neue Geschäftslage. Nachdem der Gegenstand der Patentanmeldung zuerst nicht umzusetzen war, möglicherweise bedingt durch die Corona-Zeit, kann es sich nun ergeben, dass der Gegenstand der Patentanmeldung stark nachgefragt wird und somit eine Umsetzung der Erfindung gelingt.

Die Frage ist, wie der Gegenstand der seinerzeitigen Patentanmeldung noch gegen eine Nachahmung geschützt werden kann. Mög-

licherweise kommt das Gebrauchsmuster in Frage, das vom Deutschen Patent- und Markenamt ohne jede Prüfung eingetragen wird.

Auch wenn das Gebrauchsmuster von seiner Eintragung nicht auf Neuheit und Erfindungshöhe geprüft wird, so sind diese doch notwendig, um ein rechtsbeständiges Schutzrecht zu erhalten. Die erstgenannte Patentanmeldung war 18 Monate nach Anmeldetag veröffentlicht worden und stellt somit einen Stand der Technik dar. Dies auch für ein vier Jahre später nachfolgendes Gebrauchsmuster.

Mit einem aufgelebten Gebrauchsmuster ist somit keine rechts-gültige Position erzielbar, es kann nur ein Schein-Gebrauchsmuster sein.

Eine bessere Schutzmöglichkeit kann sich aus dem Wettbewerbsrecht ergeben. Hier kann ein ergänzender wettbewerbsrechtlicher Schutz gegeben sein, wenn der Gegenstand der Patentanmeldung aufgrund der starken Nachfrage auf den Patentanmelder hinweist.

Beilagenhinweis

Diese Ausgabe der Oldenburgischen Wirtschaft enthält folgende Beilagen:

- **Wortmann AG, 32609 Hüllhorst**
- **Nachhaltigkeit NordWest (Verlagsbeilage), Kommunikation & Wirtschaft, 26127 Oldenburg**

Wir bitten um freundliche Beachtung.

Mund auf gegen Blutkrebs.

www.dkms.de



Wir besiegen Blutkrebs.



Wir beraten. Kompetent. Persönlich. Erfolgreich.



Wirtschaftsprüfer/Steuerberater

www.ftsp-gruppe.de



FTSP FRISIA-TREUHAND
Schmädeke GmbH & Co.KG

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft | Steuerberatungsgesellschaft

Bürgerfelder Straße 1
26127 Oldenburg
Telefon 0441 96194-0
Telefax 0441 96194-44
info@ftsp-gruppe.de

JABBUSCH SIEKMANN & WASILJEFF



Patentanwälte - European Patent Attorneys
European Trademark and Design Attorneys

- Schutz geistigen Eigentums
- Patente und Gebrauchsmuster
- Marken
- Eingetragenes Design/ Geschmacksmuster
- Arbeitnehmererfinderrecht
- Softwarepatente
- Lizenzverträge
- Domainrecht



Hauptstraße 85
26131 Oldenburg

Tel. 0441 25407
Fax 0441 15780

oldenburg@jabbusch.de
www.jabbusch.de

Die Meldepflicht von Kassensystemen startet am 1. Januar 2025

Mit der geplanten Einführung der TSE (zertifizierten technischen Sicherheitseinrichtungen) von Registrierkassen zum 1. Januar 2020 war vorgesehen, dass dem Finanzamt jede einzelne Registrierkasse in einem Unternehmen in Papierform gemeldet werden muss. Im Nachgang hat das Bundesministerium für Finanzen von der Papiermeldung abgesehen und einen Aufschub gewährt, bis eine Meldung auf elektronischem Weg möglich ist. Das Mitteilungsverfahren steht ab dem 1. Januar 2025 zur Verfügung. Elektronische Aufzeichnungssysteme, die vor dem 1. Juli 2025 angeschafft worden sind, müssen bis zum 31. Juli 2025 gemeldet werden. Ab dem 1. Juli 2025 angeschaffte elektronische Aufzeichnungssysteme sind innerhalb eines Monats nach Anschaffung anzumelden. Elektronische Aufzeichnungssysteme, die vor dem 1. Juli 2025 endgültig außer Betrieb genommen wurden und im Betrieb nicht mehr vorgehalten werden, sind nur mitzuteilen, wenn die Meldung der Anschaffung des elektronischen Aufzeichnungssystems zu diesem Zeitpunkt bereits erfolgt ist. Die Mitteilung erfolgt elektronisch über das Programm „Mein ELSTER“ oder über kompatible eigene bzw. Drittanbieter-Software über die ERiC-Schnittstelle. Dem Finanzamt sind gem. § 146a Abs. 4 AO folgende Informationen nach amtlich vorgeschriebenen Datensatz elektronisch mitzuteilen: Name des Steuerpflichtigen, Steuernummer des Steuerpflichtigen, Art der zertifizierten technischen Sicherheitseinrichtung (TSE), Art des verwendeten elektronischen Aufzeichnungssystems, Anzahl der verwendeten elektronischen Aufzeichnungssysteme, Seriennummer des verwendeten elektronischen Aufzeichnungssystems, Datum der Anschaffung des verwendeten elektronischen Aufzeichnungssystems, Datum der Außerbetrieb-



Benjamin Kelhüseyin

Steuerberater,
Diplom-Finanzwirt (FH) -
Master of Laws (L.L.M.)
angestellt bei der Sozietät
VOSS SCHNITGER STEENKEN
BÜNGER & PARTNER in Oldenburg

nahme des verwendeten elektronischen Aufzeichnungssystems. Die Mitteilungspflicht besteht sowohl für angeschaffte als auch für gemietete und geleaste Systeme. Das BMF weist ausdrücklich darauf hin, dass bei einer Mitteilung stets alle in einer Betriebsstätte eingesetzten Aufzeichnungssysteme (in einer einheitlichen Mitteilung) zu übermitteln sind. Die Abgabe der Mitteilung hat getrennt für jede Betriebsstätte zu erfolgen. Es reicht somit nicht aus, nur die ausgetauschte Kasse zu melden. Es sollte frühzeitig damit begonnen werden, die erforderlichen Daten zusammenzutragen und ggf. die technischen Voraussetzungen zu schaffen. Die Meldung der Kassen sollte den internen Arbeitsablauf nicht zu sehr beeinflussen. Ggf. erfolgt die Meldung auch durch den Steuerberater. Hier sollte rechtzeitig entsprechend Rücksprache gehalten werden. Sofern der Verpflichtung nicht nachgekommen wird, kann grundsätzlich ein Zwangsgeld festgesetzt werden. Weiterhin besteht für das Finanzamt die Möglichkeit - im Rahmen einer Betriebsprüfung - eine empfindliche Hinzuschätzung nach § 162 AO vorzunehmen.



Die Berater.
www.obic.de







VOSS SCHNITGER STEENKEN BÜNGER & PARTNER
STEUERBERATER • RECHTSANWALT • VEREIDIGTER BUCHPRÜFER • WIRTSCHAFTSPRÜFER • PARTG MBB



OBIC REVISION GMBH
WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT

26129 Oldenburg · Ammerländer Heerstr. 231 · Telefon: 04 41 - 97 16 - 0 | Beratungsbüros in Oldenburg · Bremen · Remels (Ostfriesland) · Twist (Emsland)

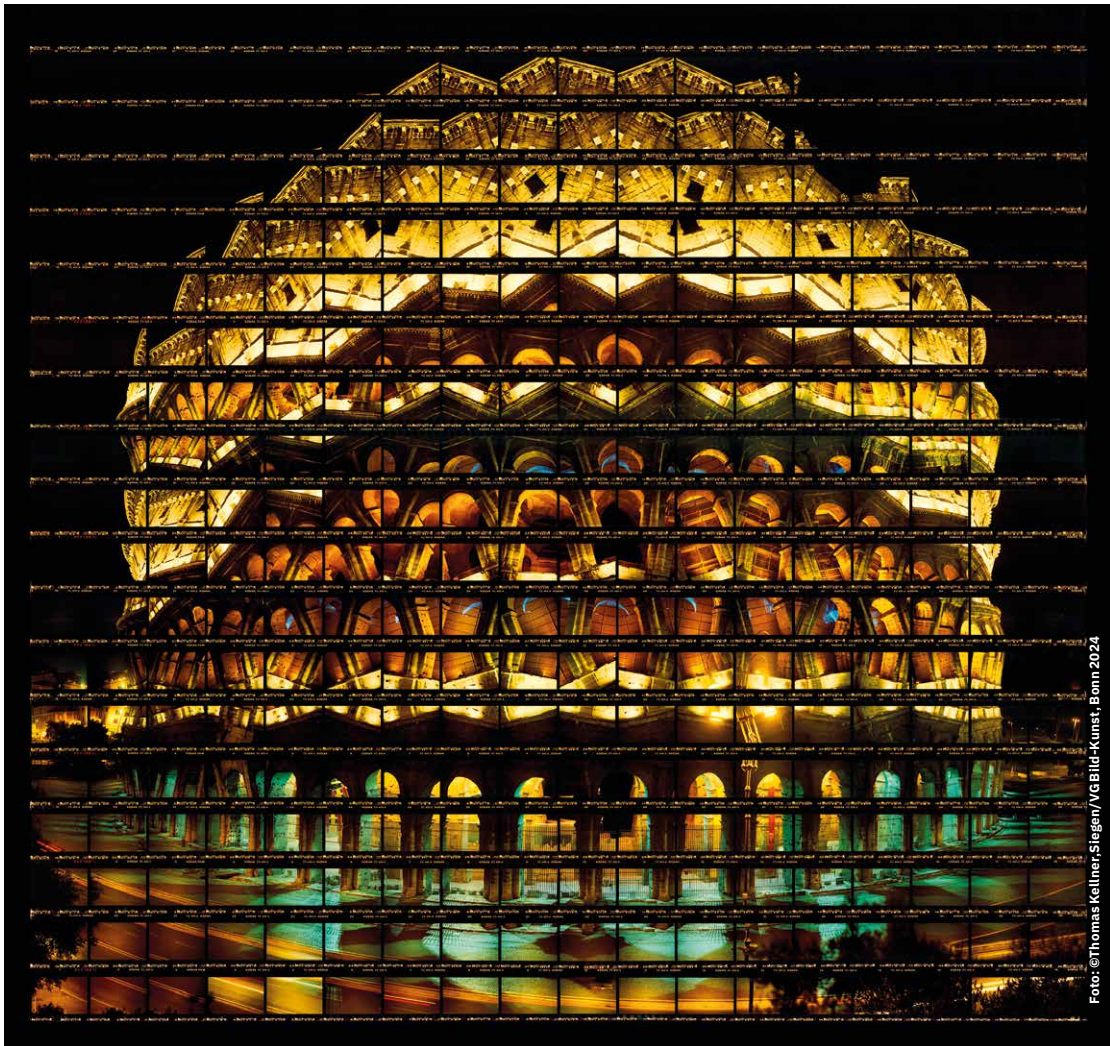


Foto: ©Thomas Kellner/Siegen/VG Bild-Kunst, Bonn 2024

Bekanntes im Unbekannten

Berühmte Sehenswürdigkeiten mal anders - das bietet die Ausstellung „Sights“ des Fotokünstlers Thomas Kellner im Oldenburger Landesmuseum für Kunst und Kulturgeschichte. Bis zum 25. Januar ist

das Publikum eingeladen, „das Bekannte im Unbekannten“ zu entdecken. Etwa beim Eiffelturm oder dem Colosseum.

landesmuseum-ol.de

In der nächsten Ausgabe
Nachfolge

Die Nachfolge im Unternehmen muss rechtzeitig und bestens vorbereitet sein. Wir zeigen gelungene Beispiele. Und stellen das umfangreiche Unterstützungsangebot der IHK vor.

Profis aus der Region

Alarmanlagen



**Alarmanlagen
Brandmeldeanlagen**

Alarm- und Sicherheitssysteme
ulpts GmbH

Oldenburg, Donnerschwer Str. 199
Tel.: 0441 - 9 32 99 32

www.ulpts-technik.de

Schrankenanlagen



Kurt JähniG GmbH & Co.
Baumschulenweg 20
26127 Oldenburg

Tel: 04 41 / 2 18 63-0
Fax: 04 41 / 2 18 63-29
Mail: info@jaehniG.de

www.jaehniG.de

Hafenumschlag



JADE-WESER-LOGISTIK

CONTAINER HANDEL & VERMIETUNG

Hafenumschlag / Lagerung / Logistik / Transport

Bürocontainer • Sanitärcontainer • Lagercontainer
Duschcontainer • WC-Container • Kassencontainer
Spezialcontainer • Sonderbaucontainer

Tel.: 04421 5004940 - Fax: 04421 5004949 - E-Mail: info@jwlogistik.de
www.jade-weser-logistik.de

Mund auf gegen Blutkrebs.

www.dkms.de



Wir besiegen Blutkrebs.

Wäscherei



abholen - waschen - liefern
Wäscherei Ostfriesland

Beschaffung & Pflege Ihrer Berufsbeleidung
Alternative Textil und Mietkonzepte für
Fertigungs- und Gastronomiebetriebe,
Hotels, Pensionen, Vermietungsservices

Wir bieten marktbeste Wäscheservice-
Angebote, ganz individuell zugeschnitten
auf Ihren Bedarf.

WaschMal.de
Tel. 04952-8972549 • info@emsexperts.de

Parksysteme



Signalanlagen
Schrankentechnik
Beleuchtung
Photovoltaik
Ing.-Büro

IHR PARTNER FÜR PARKSYSTEME
Modern, innovativ, individuell. Direkt aus der Region.

Justus-von-Liebig-Straße 6 | 26160 Bad Zwischenahn
0 44 03 - 60 20 30 | sila@silaservice.de | silaservice.de

Arbeitssicherheit



**ARBEITSSICHERHEIT.
IHRE VERANTWORTUNG.
MEINE KOMPETENZ.**

- Arbeits- und Gesundheitsschutz
- Persönliche Betreuung in Ihrem Unternehmen
- Vorbereitung und Begleitung von QM-Audits
- Lead-Auditor ISO 9001:2015; ISO 45001
- Gefahrgutbeauftragter

KONSTANTIN SIEMER
FACHKRAFT FÜR ARBEITSSICHERHEIT
QM/ASM-AUDITOR

T 0441-9694590 | sicher@konstantinsiemer.de | www.konstantinsiemer.de

Photovoltaikanlagen



Signalanlagen
Schrankentechnik
Beleuchtung
Photovoltaik
Ing.-Büro

PHOTOVOLTAIKANLAGEN

Immer auf der Sonnenseite: Solarstrom-
Komplettsysteme aus Bad Zwischenahn.

Justus-von-Liebig-Straße 6 | 26160 Bad Zwischenahn
0 44 03 - 60 20 30 | sila@silaservice.de | silaservice.de

Datenschutz & IT-Sicherheit

**Datenschutz mit gesundem
Menschenverstand**


- Datenschutzbeauftragter und IT-Sicherheitsberater
- Persönliche & kompetente Beratung seit 1994
- Festpreise & ein überschaubarer Aufwand
- Erfahrung mit über 100 Kunden im Nordwesten

Dipl. Inform. Thorsten Brendel
0441 20572220 • info@vicotec.de • www.vicotec.de



IT-SICHERHEIT & DATENSCHUTZ

Schulungen



THE SAFETY COMPANY

Die Spezialisten in der Aus- und Weiterbildung von Profis.
Ihre Sicherheit ist unsere Mission.

Im Kleigrund 18
26135 Oldenburg
Tel.: +49 441 350 125 - 0
E-Mail: info@oldenworx.de
www.OldenworX.de

- Stapler-/Arbeitsbühnen- und Kranausbildung
- Verschraubungsmonteur
- PSaGA mit und ohne Rettung
- Arbeiten in engen Räumen
- Brandschutzhelfer
- Atmenschutzgeräteträger
- Anschlagen von Lasten
- SCC-VAZ 016, 017, 018 Schulung und Prüfung

Alle Ausbildungen und Schulungen werden nach den aktuellen DGUV Richtlinien und DIN-Normen durchgeführt.



Du brauchst mehr als eine Website

Um deine Ziele zu erreichen braucht es mehrere Kanäle. Website, Social Media und Google sind wichtige Kontaktpunkte zu deinen Kunden. Mit COCO kannst du deine Werbung an einem Ort gestalten und steuern. Und dabei noch mehr aus deiner Website machen! Das spart dir viel Zeit, Geld und Nerven!



Werde online gefunden



Präsentiere dich und dein Unternehmen



Kommuniziere mit deinen Zielgruppen



„Ich habe schon viel positives Feedback zu meiner neuen Website erhalten. Und: Die Anzahl der Mandanten-Anfragen über die Website für mein konkretes Fachgebiet hat spürbar zugenommen. Noch dazu kann ich meine Kommunikation über das System einfach selbst steuern. Ich bin ein Fan!

— Gabriele Leucht, Fachanwältin für Arbeitsrecht und Fachanwältin für Medizinrecht, Kanzlei REMEDIUM

Entdecke alle Funktionen und teste COCO einen Monat kostenlos:
www.coco.one

