

# CLEver Business

Klevert Wirtschafts- und Standortinformationen

Ausgabe 13  
Dezember 2018

## BLICKPUNKT

### Marke „Kleve“

Marken müssen einzigartig sein. Eine Stadt selbst wird zur Marke, wenn sie ein klares und unterscheidbares Sinnbild vermittelt. Wie wird Kleve zur Marke? Und welche Rolle spielt der Schwan als Wappentier?

**ZDI**  
Eine Toolbox zur Berufsorientierung

**KLEVER SCHULMODELL**  
Die Reise zum Arbeitsplatz

**IM INTERVIEW**  
Dr. Ralf Sibben

## 2 Inhalt

### AUF EINEN BLICK

3

- Stadtfest Kleve
- TZK Kleve: Mietauslastung bleibt sehr gut
- Europa-Rad-Bahn: Förderprojekt für Umstieg aufs Rad

### BLICKPUNKT: MARKE „KLEVE“

4

- Im Schatten des Schwans
- Interview mit Markenexperte Stephan Grünewald

### INNENSTADT / INTERNATIONALES

7

- Workshop zur Situation und Zukunft in der Klever Innenstadt
- Business-Frühstück mit der euregio: Im Grenzland aktiv werden!

### AUSBILDUNG

8

- Eine "Toolbox" zur Berufsorientierung
- Interview mit Martina Bracht-Nienaber, Hochschule Rhein-Waal
- Das Klever Schulmodell
- Interview mit Daniel Quartier

### STANDORT

12

- Interview mit Dr. Ralf Sibben, Unternehmerschaft Niederrhein
- Deutsche Glasfaser: Es geht los
- Neue Weiterbildungsangebote der IHK Niederrhein

### CLEVER NEWS

14

- 40 Jahre Optik R
- Nächste Klever Job- und Ausbildungsplatzbörse am 13. März
- Spectro: Landesbester Azubi geehrt
- Museum Kurhaus Kleve: Die "Heiligen Drei Könige"

# CLEver Editorial

## Sehr geehrte Leserinnen, sehr geehrte Leser,

die Stadt Kleve ist eine sehr lebens- und liebenswerte Stadt. Und auch wenn vielleicht der ein oder andere Klever mit vermeintlichen Kleinigkeiten in und rund um „seine“ Heimatstadt nicht immer völlig einverstanden ist - so ist man doch insgesamt auf Kleve an sich und auf ihre jüngst rasante Entwicklung sehr stolz. So ist die Identifikation „des Klevers“ mit seiner Heimatstadt stark ausgeprägt - vor allem je weiter man aus der Stadt „herauszoomt“. Denn wo befindet sich die mentale Grenze einer Heimat? Ist es der Straßenzug, die Nachbarschaft, der Stadtteil oder die Stadtgrenze? Oder fühlt man sich darüber hinaus nicht auch als Niederrheiner in der Region aufgehoben und „heimisch“?

Was steht als Symbol oder Logo übergeordnet für Zugehörigkeit in seinem Wohn-, Arbeits- und Lebensumfeld? Ist das in Kleve die im Stadtbild so herausstechende Schwanenburg? Oder ist es die Hochschule Rhein-Waal als neuer Stadtteil am Hafen? Oder ist es vielleicht die landwirtschaftlich geprägte Region des Niederrheins? Was wird als Marke oder als Identifikationsmerkmal angesehen?

Vielen Städten fällt es eher schwer, eine einheitliche oder vereinheitlichte Marke, einen Slogan oder einen Begriff für sich zu identifizieren. Oft beschränken sich derartige Bemühungen auf nur einen speziellen Aspekt



und blenden andere wiederum aus. Kleve aber hat eine solche universell übergreifende Marke und ein Symbol, welches für die Stadt am Niederrhein steht: der Schwan. Den stolzen Wasservogel, der Loyalität, Liebeskraft, Anmut und Schönheit symbolisiert, verbindet der Klever sofort mit seiner Heimatstadt Kleve, der Schwanenburg oder der Schwanenrittersage.

Wir wünschen Ihnen alles Gute für das kurz bevorstehende neue Jahr 2019, Erfolg und natürlich Gesundheit – die Basis für alles andere. Wie immer freuen wir uns auf Ihr Feedback und Ihre Anregungen, auf Begegnungen mit Ihnen z.B. während unserer Veranstaltungsangebote und auf das kommende Jahr in unserer schönen Schwanenstadt.

**Ihr Dr. Joachim Rasch**  
**Wirtschaft & Tourismus**  
**Stadt Kleve GmbH**

der **Online-Drucker**  
vom Niederrhein

immer aktuelle  
Monatsangebote

**meindruckcenter.de**  
Preiswert · schnell · beeindruckend gut

Linsen Druckcenter GmbH · Siemensstraße 12 · 47533 Kleve · Hotline 02821-30532-39



## Drehorgelfest und Bücherbummel



Bereits zum 17. Mal durfte die Stadt Kleve beim zweiten Stadtfest in diesem Jahr die Drehorgelspieler begrüßen. Nach einer kurzen Ansprache durch Bürgermeisterin Sonja Northing wurde das Drehorgelfest durch das „Anorgeln“ jeder einzelnen der 24 kleinen Drehorgeln eröffnet. Von Kleve bis Schongau, über Bochum bis Berlin und aus den Niederlanden traten die Drehorgelspieler wieder die Reise in die Schwanen-

stadt an. Auch die Freunde von guter Pop- und Rockmusik kamen auf ihre Kosten. Der Rockbus der Klangfabrik lud gemeinsam mit Curry Q vor der Deutschen Bank zum Verweilen ein. Das zweite Highlight war der Bücherbummel. Bereits zum 28. Mal lockte der weit über die Grenzen Kleves hinaus bekannte Markt auf die Herzogstraße. Zahlreiche Antiquariate aus ganz NRW boten ihr vielseitiges Angebot an.

### TZK KLEVE

## Mietauslastung bleibt sehr gut

Die Mietauslastung im Technologiezentrum bleibt trotz Weggang von fünf Firmen sehr gut. Neun Unternehmen siedelten sich dafür im Jahr 2017 an, teilte die Geschäftsführung mit. Mit Stand Ende 2017 gab es 41 Mietverträge. Neben einer Verbesserung der Internetstabilität konnten auch die Servicezeiträume ausgeweitet werden. Mit einem neuen Mietpreismodell, einer neuer Rechnungssoftware und Umsetzung der EU-DSGVO konnte der Geschäftsbetrieb im TZK optimiert werden. Das Technologie-Zentrum Kleve (TZK) wurde 1986 als wirtschaftlicher Standortfaktor für Existenzgründer errichtet. Es wird von einer Betreibergesellschaft mit Partnern aus der Wirtschaft, Banken und anderen kommunalen Körperschaften getragen. Bis heute wird eine Vielzahl von Firmen und Unternehmen erfolgreich in die Selbständigkeit in Kleve und am Niederrhein begleitet.

[www.facebook.com/tzkleve](https://www.facebook.com/tzkleve)

### EUROPA-RAD-BAHN

## Förderprojekt für Umstieg aufs Rad

Im Oktober wurde das öffentlich geförderte Kooperationsprojekt „Europa-RadBahn“ der Kommunen Kleve und Kranenburg mit grenzüberschreitendem Bezug und einer Förderung durch Bundes- und Landesmittel vorgestellt. Die neue Europa-RadBahn versteht sich als Teil der Nationalen Klimaschutzinitiative, initiiert vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit. Sie soll den Umstieg vom motorisierten Individualverkehr (MIV) auf das Rad auch im Alltagsverkehr erleichtern und verbindet nach Fertigstellung die Stadt Kleve und die Gemeinde Kranenburg mit dem niederländischen Oberzentrum Nijmegen. Für die Verbindung wird die stillgelegte Bahnstrecke zwischen Kleve und Nijmegen genutzt. Die Gesamtkosten liegen bei ca. 6,52 Mio. Euro. Die Stadt Kleve und die Gemeinde Kranenburg tragen einen Eigenanteil in Höhe von 1,3 Millionen Euro.

[www.europa-radbahn.de](http://www.europa-radbahn.de)

## SAVE THE DATE

### Dienstag, 8. Januar, 19 Uhr

**Was:** Studium Generale: Wohin geht unser Abwasser? **Wo:** Hochschule Rhein-Waal, Hörsaalzentrum, Hörsaal 1

### Donnerstag, 24. Januar, 18 Uhr

**Was:** DenkWerkStadt 2: Hitze, Dürre, Starkregen – was macht das Klima mit unserer Stadt?, **Wo:** Restauration zum Aussichtsturm, Königsallee 260

### Dienstag, 29. Januar, 9 Uhr

**Was:** Sprechstunde für Grenzpendler, **Wo:** Euregio Rhein Waal, Emmericher Straße 24

### Sonntag, 3. Februar, 11:30 Uhr

**Was:** Internationaler Salon: Wie international ist Kleve?, **Wo:** B.C. Koekkoek Haus, Koekkoekplatz 1

### Freitag, 8. Februar, 8 Uhr:

**Was:** Businessfrühstück: Betriebliches Gesundheitsmanagement, **Wo:** Stadthalle Kleve

### Freitag, 24. Mai, 8 Uhr

**Was:** Businessfrühstück in Kooperation mit der Kreis WFG, **Wo:** Stadthalle Kleve

### Freitag, 6. September, 8 Uhr

**Was:** Businessfrühstück mit Vortrag: Die Unternehmensentwickler, **Wo:** Stadthalle Kleve

## Impressum

Herausgeber  
Wirtschaft & Tourismus  
Stadt Kleve GmbH  
Minoritenplatz 2  
47533 Kleve  
Tel.: +49 - (0) 2821 - 84 800  
Fax: +49 - (0) 2821 - 84 899

Mail: [wtm@wtm-kleve.de](mailto:wtm@wtm-kleve.de)  
Web: [www.wtm-kleve.de](http://www.wtm-kleve.de)

Redaktion  
Dr. Joachim Rasch  
Mike M. Offermanns

Druck/Versand/Produktion  
Linsen Druckcenter GmbH  
Siemensstraße 12  
47533 Kleve  
Fon: 02821 - 3 05 32 - 0  
Fax: 02821 - 3 05 32 - 30  
Mail: [info@linsen-druckcenter.de](mailto:info@linsen-druckcenter.de)  
Web: [www.linsen-druckcenter.de](http://www.linsen-druckcenter.de)

# Im Schatten des Schwans

Was macht die Marke Kleve aus? Und welche Rolle spielt das Wappentier für das Marketing der Stadt? In unserem Blickpunkt zeigen wir auf, was die Schwanenstadt ausmacht, wie wichtig der Tourismus und die Hochschule für eine Markenbildung sind und wie präsent der Schwan im Stadtleben ist.



CLEVE. Lohengrin mit Brautwerbung.

### Cleves Lied.

Woh! lachend steigt der Rheinstad Land  
Viel Städte sind und reich  
Doch keiner kommt so hoch und hoch  
Als wir kleve unser Reich  
O Cleve traue Vaterstadt  
Du schmeckst uns und dich  
Gott schütze, Gott schütze dich best!  
und alle Zeit.

Und Reue und Gedächtnis schlingt  
Um dich der Leuchtschwann  
Schlang von Leuchtschwann was singt  
Wird die von Reue gemant  
Du gilt die Reue von Schwann  
Din Gedächtnis gartel  
Gott schütze, Gott schütze dich best!  
und alle Zeit.

Die dore Bürg sich voneinander schlingt  
Der Wälder Fackler Kreuz  
Die die zu dore Füssen liegt  
Geküht in Luft und Glanz  
Von Berg schaut die Schwanenburg  
Nirgend in's Land so weit  
Gott schütze, Gott schütze dich best!  
und alle Zeit.

Du! wie dore die Gedenken  
Sind dich stryphelen!  
Nicht schwan! nicht man was und dich  
Lustel! lachel am Rhein  
Dreue hoch zur Wirt u. hoch die Gier  
Die Cleve nicht gewelle!  
Gott schütze, Gott schütze dich best!  
und alle Zeit.

K. Bismarck-Cleve.

Kermisdahl mit Lohengrin im Nachen und Schwan. Quelle: Stadtarchiv

Schwäne haben oft die menschliche Fantasie beflügelt: Davon zeugt nicht nur der Mythos von Leda oder der Schwanengesang, sondern auch Märchen wie „Das hässliche Entlein“ – so informiert die Wikipedia über das Tier, das Kleve durch die Jahrhunderte so geprägt hat und heute immer noch prägt. Fakt ist: Kleve ist die Schwanenstadt! Macht der gefiederte Freund des Menschen vielleicht die Marke Kleve aus? Welche Rolle spielt der Schwan für das Marketing und das Selbstbewusstsein der Stadt Kleve? Ein Blick ins städtische Leben zeigt: Der Schwan ist allgegenwärtig. Der Goldene Schwan thront auf der Spitze des Schwanenturms, schmückt den Elsa-Brunnen am Fischmarkt (Schwanenrittersage!), ist im Innenhof der Schwanenburg vertreten oder unter anderem vor dem neuen Rathaus als

Sitzgelegenheit zu finden. Inzwischen zielt das Tier als neues Klever Stadt-Logo die Post. In diesem Jahr werden sogar erstmalig Leuchtschwäne von den Einzelhändlern aufgehängt. Aber wie wurde Kleve eigentlich zur Schwanenstadt? Die Schwanenrittersage besagt, dass vor mehr als tausend Jahren die edle Beatrix auf der Burg um ihren Vater trauerte. Um ihren Herrschaftsanspruch zu verteidigen, kam in höchster Not ein Ritter in einem Boot, der von einem Schwan gezogen wurde, zu ihr. Beatrix verliebte sich in den Schwanenritter und fragte ihn, ob er ihr Mann werden wolle. Er willigte ein, warnte sie aber, niemals nach seinem Namen und seiner Herkunft zu fragen. Das Paar bekam drei Söhne. Als diese älter wurden, bedrängten sie ihre Mutter, dem Vater die verbotenen Fragen zu stellen. Der Ritter antwortete



Elsabrunnen am Fischmarkt / Foto: Annegret Gossens

traurig, er heiße Elias und sei der Sohn des Gralshuters Parzival. Im gleichen Moment tauchte der Schwan auf und verschwand mit dem Ritter. Geschichtlich belegt ist die erste Erwähnung Cleves indes um das Jahr 1020, als der deutsche Kaiser Heinrich II. den Grafen Rdiger mit der Burg zu Cleve belehnt. Der Schwan selbst wacht seit 1460 über den Dächern der Stadt. Vom Schwanenritter leiteten die Klever Fürsten ihre Herkunft ab. Was heißt das für die Markenbildung? Der Schwan ist Heimat. Und Heimat hat für Markenexperte Stephan Grünewald viele Facetten. Für den Psychologen und Gründer des Markt- und Medienforschungsinstituts Rheingold ist Heimat ein Gefühl von Ur-Geborgenheit: „Heimat ist da, wo man sich wohlfühlt und wo man gerne lebt. Heimat ist verbunden mit Gefühlen und schafft Vertrauen.“ Und Vertrauen ist die Basis für Markenerfolg (**mehr zur Markenbildung im Interview mit Stephan Grünewald auf Seite 6**).

Der Schwan und die Stadtgeschichte Kleves gehören zum prägenden Markenkern. Aber was macht Kleve so unverwechselbar? Was prägt die Stadt heute im Schatten des Schwans? Es sind die Sehenswürdigkeiten, die Kleve zur Tourismusstadt machen und den Schwan – beispielsweise in der

Schwanenburg – zum verbindenden Element machen. Kulturell hat Kleve mit den barocken Gärten, das Museum Kurhaus und B.C. Koekkoek Haus viel zu bieten. Kleve ist zweifelsohne eine Stadt der Kunst. Der Künstler Joseph Beuys ist ein weiteres prägendes und immer wiederkehrendes „Markenelement“. Die Besichtigung verschiedener Lebensstationen von Beuys sowie eine Führung durch sein erstes Atelier im heutigen Museum Kurhaus Kleve mit Besichtigung seiner früheren Werke sind Teil der städtischen DNA. Kleve ist darüber hinaus ein Eldorado für Freunde der Gartenkultur und Radfahrer. In den letzten Jahren haben zwischen 12.000 und 16.000 Besucher die Tourist-Info aufgesucht. Seit die Tourist-Info im Rathaus ihren neuen Standort bezogen hat, steigen auch die Besuchszahlen. Bis Ende August waren es bereits annähernd 9.000 Menschen, die 2018 um Rat gefragt haben. Kleve ist aber auch eine Einkaufsstadt. Große Veranstaltungen wie das Stadtfest haben eine Strahlkraft weit über die Stadtgrenzen hinaus, selbst in den Niederlanden hat sich Kleve als Einkaufsstadt einen Namen gemacht. Für Markenexperte Grüne-

wald muss sich eine Marke weiterentwickeln können. Und das hat Kleve getan: Die Gründung der Hochschule Rhein-Waal im Jahr 2009 (in Kleve ab 2012) hat den Markenkern um die Themen Wissenschaft und Bildung erweitert. Nicht ohne Grund wird die Einweihung des neuen Campus immer wieder als Jahrhundertereignis für Kleve bezeichnet. Der neue Campus hat das städtische Leben in Kleve spürbar verändert. Die Innenstadt wurde belebt, die Studierenden sind ein belebendes Element im Stadtgefüge. Offene Veranstaltungsformate wie das Studium Generale oder Kooperationen mit Schulen und Unternehmen aus Kle-



ve sorgen für eine hohe Durchlässigkeit. Der internationale Charakter der Hochschule und weltweite Kooperationen mit anderen Bildungseinrichtungen haben dafür gesorgt, dass Kleve auch über die Landesgrenzen hinaus als Hochschulstandort wahrgenommen wird.

Geht es um die Marke Kleve, nimmt die Wirtschaft, Tourismus & Marketing Stadt Kleve GmbH eine Schlüsselfunktion ein. Das Markenbewusstsein wird hier gepflegt und ausgebaut. Es gibt ein großes Angebot an Broschüren zu Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen und Freizeitmöglichkeiten auch außerhalb von Kleve. Der Schwan steht „als Anker“ im Mittelpunkt der Bemühungen: Ein großer Sitzschwan steht direkt vor der Touristinfo und wird gerne für Selfies genutzt. Vor einigen Jahren wurde von der WTM im Rahmen der „Ab in die Mitte“-Aktion das „Schwanenritterrace“ ins Leben gerufen. Verschiedene Teams haben zwei Stunden Zeit, um aus vorgegebenen Materialien ein Boot zu bauen, das auf dem Spoykanal zu Wasser gelassen wird – an Bord muss ein Schwanenritter sein. Und selbst das Brauchtum trägt zur Markenbildung bei: Im Karneval spielt der Schwan beim Karnevalsverein „Schwanenfunker“ eine Rolle, den Prinzenwagen beim Rosenmontagszug zielt selbstverständlich auch ein Schwan. Und wer jetzt auf den Schwan gekommen ist: Die WTM bietet auch Schwäne an. Sie haben eine Länge von 75 und eine Höhe von 51 Zentimetern. Damit eignen sie sich auch zum Aufstellen etwa im Wohnzimmer oder auf dem Balkon.



**Schwanenstadt Kleve: Bürgermeisterin Sonja Northing mit WTM-Geschäftsführer Dr. Joachim Rasch und Anke Haun vom City Management vor der Tourist-Info.**

# „Die Bürger müssen sich die Zukunft vorstellen können“

**Stephan Grünewald, Psychologe und Gründer des Markt- und Medienforschungsinstituts Rheingold und Autor von Bestsellern wie „Deutschland auf der Coach“, ist Markenexperte. Wie man eine gute Marke erkennt, verrät er im Interview.**

**Herr Grünewald, wann ist eine Marke eine Marke?**

Stephan Grünewald: Im Wort steckt das Wort „Markierung“. Für Verbraucher ist eine Marke eine Orientierungshilfe. Ein Produkt oder eine Dienstleistung sind untrennbar mit einem Namen verbunden. Und der ist unverwechselbar, einzigartig. Ursprünglich war die Marke nur eine Verpackung, die dem Produktschutz diente. Diese Verpackung sollte im Laden deutlich wahrnehmbar sein. Heute stehen Marken für etwas. Sie schaffen Vertrauen, sind emotionaler Anker und liefern für den Alltag Gebrauchsanweisungen. Putzmarken signalisieren beispielsweise wie wir putzen sollen – generalstabsmäßig mit privaten Bodenoffensiven wie beim General oder als properes Blendwerk mit dem Meister Proper. Die Verbraucher entscheiden sich dann unbewusst für die Marke, die ihrer Putzhaltung am ehesten entspricht.

**Was macht eine gute Marke aus?**

Wir haben fünf Erfolgskriterien klassifiziert: Eine Marke muss die geheimen Sehnsüchte oder Motive der Konsumenten ansprechen. Die sind aber in jedem Markt unterschiedlich. Von daher ist der erste Schritt zum Markenerfolg, dass man genau die spezifischen Wünsche und Ängste der Verbraucher versteht und bedient. Desweiteren muss die Marke eine geheime Markenbotschaft vermitteln. Drittens muss eine Marke in sich stimmig sein. Was die Werbung verspricht, muss die Packung einhalten und das Produkt einlösen. Punkt vier: Marken müssen einzigartig sein, sie müssen sich klar vom Wettbewerb unterscheiden und eine eigene Position beziehen. Punkt fünf: Marken sind wie Lebewesen. Sie müssen sich weiterentwickeln, dürfen aber ihre Wurzeln nicht außer Acht



**Marken-Experte Stephan Grünewald.**

lassen. Eine Entwicklungsperspektive ist von entscheidender Bedeutung.

**Kann man Markenbewusstsein auch auf Städte und Regionen übertragen? Wie wird die Stadt zur Marke?**

Städte markieren Wirkungsräume. Es gibt viele Unternehmen, die typische Eigenarten von Städten und Regionen mit in das Produkt einfließen lassen, insofern wird die Stadt auch dadurch zur Marke. Eine Stadt selbst wird zur Marke, wenn sie ein klares, unterscheidbares Sinnbild vermittelt.

**Was können Städte wie Kleve tun, damit sich das Markenbewusstsein innerstädtisch entwickeln kann?**

Die Stadt muss eine Doppelstrategie verfolgen: Einerseits muss sie eine Lebensqualität gewährleisten, die stimmt und Heimatgefühle zulässt, andererseits muss sie ein konkretes Ziel benennen und eine Vision aufzeigen, wohin die Reise gehen soll. Die Bürger müssen sich die Zukunft vorstellen können.

# Austausch läuft: Ideen zur Innenstadt!

**Die Situation und Zukunft in der Klever Innenstadt wurde mit Gewerbetreibenden und der Verwaltung in einem Workshop diskutiert. Beim nächsten Treffen Anfang 2019 sollen die gesammelten Ideen nun detaillierter ausgearbeitet werden.**

„Unter dem Motto ‚Gemeinsam für Kleve‘ soll somit ein Rahmen geschaffen werden, um eine innerstädtische Strategie zu erarbeiten und daraus gemeinsam Handlungsfelder und Maßnahmen abzuleiten und natürlich umzusetzen“, betonte Citymanagerin Anke Haun. Während des Workshops erarbeiteten die Beteiligten Grundlagen für die strategischen Ziele der Innenstadtentwicklung. Zahlreiche Ideen wurden gesammelt und diskutiert. Die Teilnehmer besprachen Rahmenbedingungen, wie eine Zusammenarbeit der Händler untereinander, aber auch mit der Stadt Kleve nach der Auflösung des Klever City Netzwerks (KCN) fortgeführt werden kann.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer machten während des Workshops außerdem deutlich, dass sie alle Bürgerinnen und Bürger, Gewerbetreibenden und weiteren Interessierten einladen möchten, die neu eingerichteten Arbeitskreise mit ihren Ideen tatkräftig



**Die Teilnehmer des Workshops mit Bürgermeisterin Sonja Northing.**

zu unterstützen. Das Integrierte Handlungskonzept bildet den Rahmen für die Entwicklung der Innenstadt bis Ende 2018. „Integriert“ bedeutet, dass alle Themenfelder und Funktionen einer Innenstadt berücksichtigt werden

(Wohnen, Einzelhandel, Gastronomie, Kultur und öffentlicher Raum) und dass unterschiedliche Gruppen und Akteure einbezogen werden.

**Ansprechpartnerin bei der WTM ist Petra Hendricks, Telefon 02821/84-808.**

## BUSINESSFRÜHSTÜCK MIT DER EUREGIO

### Grenzüberschreitend erfolgreich sein: Was ist zu beachten?

Beim letzten WTM-Business-Frühstück des Jahres wurde gemeinsam mit der Euregio der deutsch-niederländische Arbeitsmarkt fokussiert. Sjaak Kamps, Geschäftsführer der Euregio Rhein-Waal (re. im Bild), betonte in seiner Begrüßungsrede, wie wichtig es ist, jungen Menschen in der Region eine Perspektive zu bieten - sowohl auf der deutschen als auch auf der niederländischen Seite. Die EURES-Berater Stefanie Rösing und Michael Stock stellten die Chancen, aber auch die Risiken vor: Was ist zu beachten, wenn deutsche Arbeitgeber niederländische Arbeitskräfte einstellen wollen und was müssen deutsche Unternehmen bei ihren Aktivitäten im Nachbarland berücksichtigen? Bei einer anschließenden Podiumsdiskussion wurde deutlich, dass gerade beim Steuerrecht sowie bei der Rentenversicherung einiges beachtet werden muss. Die Arbeitsagentur machte deutlich, dass deutsche



Arbeitgeber aufgrund einer längeren Einarbeitungszeit mit Zuschüssen rechnen können, wenn niederländische Arbeitskräfte eingestellt werden. Deutsche Unternehmen, die ihre Engpässe mit niederländischen Arbeitskräften beheben wollen oder Geschäftsaktivitäten in den Niederlanden planen, sollte sich in jedem Fall beraten lassen. Erste Anlaufstelle ist der GrenzInfoPunkt, Tel. 02821 / 79 30 79.

[www.grenzinfo.eu/erw/anfrage](http://www.grenzinfo.eu/erw/anfrage)

## Auf einen Blick

Die Förderberatung der Euregio Rhein-Waal ist erste Anlaufstelle für alle Fragen zur Förderung von Projekten im Rahmen von INTERREG Deutschland-Niederland und grenzüberschreitenden Aktivitäten im Bereich Soziales, Sport und Kultur. Qualifizierte Mitarbeiter informieren potentielle Antragsteller über die Fördermöglichkeiten in der Euregio Rhein-Waal, die Förderprogramme und deren Ansprechpartner sowie über die Förderschwerpunkte und laufende Projektinitiativen. Außerdem hilft die Euregio Rhein-Waal durch ihr umfangreiches grenzüberschreitendes Netzwerk bei der Suche nach Partnern und Finanzierungsmöglichkeiten für Projekte.

[www.euregio.org](http://www.euregio.org)

## Eine „Toolbox“ zur Berufsorientierung

**Mithilfe eines öffentlich geförderten Projektes konnte die WTM GmbH das in Kleve an der Hochschule Rhein-Waal angesiedelte zdi-Zentrum beim Aufbau neuer Unternehmenskontakte erfolgreich unterstützen.**

Zwei Jahre lang hat die WTM intensiv mit dem zdi-Zentrum Kreis Kleve cleverMINT zusammengearbeitet, um den Kontakt zu Klever Unternehmen zu intensivieren, neue Kontakte zu knüpfen und Unternehmen den Zugang zu potenziellen Bewerbern zu ermöglichen. Im Förderzeitraum wurden unterschiedliche Workshops, Betriebsbesichtigungen und ein „Schülerlabor-Geschäftsführer-Check“ durchgeführt. Viele Klever Unternehmen nutzten die Gelegenheit, um im Rahmen des Förderprojektes auf sich aufmerksam zu machen. Bei der KHS GmbH kam der Nachwuchs beispielsweise bei einer Betriebsbesichtigung ins Gespräch mit KHS-Azubis. Spectro bot im Projektzeitraum einen Elektronik-/Radio-Workshop im zdi-Schülerlabor an. Jeder Teilnehmer baute eigenständig ein einfaches UKW-Radio nach und durfte es später auch mit nach Hause nehmen. Was ein Anlagenmechaniker bei einer Gebäudetechnik machen muss, erfuhren elf Schülerinnen und Schüler der Karl Kisters Realschule im Rahmen eines eintägigen Workshops von der Berns Gebäudetechnik GmbH & Co. KG. Beim MINT-Praxischeck kamen Unternehmensvertreter zu Wort, die anhand von Praxisbeispielen darstellten, welche mathematisch-naturwissenschaftlichen Vorkenntnisse Auszubildende idealerweise mitbringen sollten. Einige Lehrer zeigten Interesse, sich mit den Ausbildern auszutauschen, um schulische Lehrpläne und Erwartungshaltungen der Betriebe abzugleichen. Bei MINT-Messen konnten teilnehmende Unternehmen ihre Berufe anschaulich darstellen und zum Experimentieren, Mitmachen und Ausprobieren einladen. Regelmäßig lud die WTM ortsansässige Betriebe bzw. Unternehmensvertreter ein und informierte über Maßnahmen, Projekte und Erfahrungen des zdi-Zentrums.



**Die Info-Technikbretter für alle weiterführenden Schule wurden von Ipsen gefertigt (Bild oben). Elf Schüler der Klasse 9 der Karl-Kisters-Realschule erfuhren im Rahmen eines eintägigen Workshops im zdi-Schülerlabor an der Hochschule Rhein Waal mehr über die Arbeit der Berns Gebäudetechnik (Bild unten).**



Ziel war es, Unternehmen den Mehrwert der aktiven Beteiligung am Netzwerk zu verdeutlichen. Ein voller Erfolg sind auch die bei Ipsen angefertigten zdi-Technikbretter. Zwölf Schülerinnen und Schüler einer neunten Klasse konnten bei Ipsen, die auch Produktion und Kosten übernahmen, unter fachlicher Anleitung in mehreren Arbeitsschritten Technikbretter herstel-

len, die heute in den weiterführenden Schulen als „Infodesk“ zur Berufs- und Studienorientierung verwendet werden. Auf Grundlage der in diesem Förderprojekt gemachten Erfahrungen ist eine „Toolbox“ entstanden, die Maßnahmen und Ideen mit Modellcharakter enthält und von interessierten Unternehmen als Leitfaden genutzt werden kann. Ansprechpartner ist die WTM Kleve.



**Martina Bracht-Nienaber,**  
Hochschule Rhein-Waal

## „Mit praktischen Übungen Neugier wecken“

**Frau Bracht-Nienaber, warum war die zweijährige Projektphase ein Erfolg?**

Wir haben viele neue Kontakte mit Klever Unternehmen knüpfen können und es ist geplant, Projekte aus dieser Zeit fortzuführen. Die WTM hat uns viele Türen in spannende, technisch-orientierte Betriebe geöffnet.

**Was waren für Sie die Highlights in der zweijährigen Förderphase?**

Nahezu jede Veranstaltung hatte einen Mehrwert. Begeistert bin ich von den zdi-Technikbrettern an den weiterführenden Schulen. Seit Anfang des neuen Schuljahres sind diese Bretter in den Schulen der Stadt Kleve montiert. Diese Info-Technikbretter dienen dazu, die Schülerinnen und Schülern über aktuelle MINT-Angebote zu informieren. Hierzu gehören Informationen zu Ausbildungsstellen, Firmenporträts oder Praktikumsplätzen der Unternehmen sowie Workshops und MINT-Angebote im Schülerlabor oder der Hochschule Rhein-Waal. Aber auch Projekte wie der Workshop mit der Berns Gebäudetechnik, um stellvertretend ein Projekt herauszugreifen, waren ein voller Erfolg. Wie spannend die Sanitär-, Heizungs-

und Klimatechnik sein kann, wurde eindrucksvoll aufgezeigt. Vor allen Dingen im Gespräch mit Auszubildenden wurden Berufsbilder erlebbar. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass der Nachwuchs sehr neugierig, interessiert und auch motiviert ist, wenn man auf Seiten der lokalen Unternehmen attraktive Angebote macht.

**Was sind attraktive Angebote?**

Erfolgreich sind Workshops immer dann, wenn praktische Übungen mit einbezogen werden. Wer selbst Hand anlegen, schrauben, drehen oder löten kann, ist sofort mit viel Eifer dabei. Auch Betriebsbesichtigungen sind erfolgreich, wenn es interessante Führungen gibt, Gespräche mit den Auszubildenden angeboten werden oder vielleicht eine Übungsstunde am PC eingeschoben wird. Schon seit 2012 führen wir in den Oster- und Herbstferien mit dem Unternehmen KHS und der Kisters-Stiftung solche praxisbezogene mehrtägige Workshops durch und erhalten dazu von den Jugendlichen nur positive Rückmeldungen. Angebote mit ausschließlich theoretischen Inhalten haben es schwer. Da sinkt mitunter die Motivationskurve.



**zdi-Projekt Koordinatorin Martina Bracht-Nienaber (re.) mit WTM-Mitarbeiterin Birgit Schumacher, die im Projektzeitraum die zdi-Maßnahmen koordinierten. Martina Bracht Nienaber ist heute noch immer die Ansprechpartnerin (Kontakt-daten siehe unten).**

**Wie geht es für Sie weiter?**

Unsere Arbeit im zdi-Zentrum und Schülerlabor wird nahtlos fortgeführt. Derzeit intensivieren sich die Kontakte zum Thema Ausbildung mit unseren regionalen Netzwerkpartnern. Vielleicht ergeben sich dadurch neue Ideen zum Thema „Fachkräftesicherung in der Region“. Ich bin recht zuversichtlich, dass wir weiter interessante Angebote machen können. Unternehmen können mich gerne ansprechen. Gemeinsam überlegen wir dann, was machbar ist.

### Auf einen Blick

## Das zdi-Zentrum Kreis Kleve cleverMINT

Die Hochschule Rhein-Waal (HSRW) ist Träger des im November 2012 gegründeten zdi-Zentrums Kreis Kleve cleverMINT. Im Frühjahr 2013 folgte die Eröffnung des zdi-RobertaZentrums am Berufskolleg Geldern des Kreises Kleve und seit Mai 2014 werden zudem die Schülerinnen und Schüler durch praxisbezogene Angebote auch im Schülerlabor „Energie“ in Kleve an der Hochschule für den MINT-Bereich interessiert und für entsprechende Studien- / Ausbil-

dungs- bzw. Berufsfelder sensibilisiert. zdi heißt „Zukunft durch Innovation“ und ist eine Gemeinschaftsoffensive des Landes NRW zur Förderung des naturwissenschaftlich-technischen Nachwuchses. Hierfür haben sich in NRW bereits zahlreiche zdi-Zentren gegründet, welche die so genannten MINT-Fächer (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik) befördern, immer letztlich mit dem Ziel, Jugendliche für Naturwissenschaft und

Technik zu interessieren, die sich dann eine berufliche Zukunft in diesen Bereichen vorstellen können.

**Unternehmen, die Interesse an einer Zusammenarbeit haben, können Martina Bracht-Nienaber (Hochschule Rhein-Waal) direkt kontaktieren unter Telefon 02821/80673382 oder per Mail an [martina.bracht-nienaber@hochschule-rhein-waal.de](mailto:martina.bracht-nienaber@hochschule-rhein-waal.de)**

# Die Reise zum Ausbildungsplatz beginnt!

Das Klever Schulmodell soll Haupt-, Real- und Gesamtschüler der Abschlussjahrgänge auf der Suche nach dem richtigen Job unterstützen. Unternehmen, die sich an dieser Gemeinschaftsinitiative beteiligen, können so interessierte und motivierte Auszubildende finden.



Der Startschuss: IHK-Zweigstellenleiter Dr. Andreas Henseler (rechts) und Projektkoordinatorin Sarah Thomas (3.v.l.) mit Kleves Bürgermeisterin, Sonja Northing (2. v. r.), Annette Wier (Fachbereichsleiterin Schulen, Kultur und Sport, 2. v.l.) und Dr. Joachim Rasch (Geschäftsführer Wirtschaft, Tourismus und Marketing Stadt Kleve GmbH, links). Foto: IHK

Es wird zunehmend schwerer, junge Fachkräfte zu finden. Der demografische Wandel macht sich immer mehr bemerkbar. Und das erhöht den Druck auf Unternehmen. „Wir können auf keinen verzichten“, sagt Sarah Thomas, Projektkoordinatorin der Niederrheinischen Industrie- und Handelskammer für das Klever Schulmodell. Im Sommer startete die Umsetzung des neuen An-

gebots, das Schülerinnen und Schüler des Abschlussjahrgangs der Haupt-, Real- und Gesamtschulen eine Orientierung geben soll. „Das ist sozusagen eine Last-Minute-Unterstützung. Viele Schülerinnen und Schüler wissen auch im letzten Schuljahr noch nicht so richtig, wie es weitergehen soll“, so die Koordinatorin. Das Motto ist dabei Programm: „Deine Reise zum Ausbildungsplatz!“

Der Akademisierungstrend der letzten Jahre macht es immer schwerer, Schülerinnen und Schüler für eine duale Ausbildung zu begeistern. Dabei sind die Karriereaussichten für Azubis oftmals blendend – auch finanziell. „Heute kann man mitunter als Elektroniker oder Meister mehr verdienen als mit einem Bachelor- oder Masterabschluss“, betont Thomas. Des Weiteren gäbe

## Auf einen Blick

Unternehmen können sich in Form von Betriebsbesichtigungen, Kontaktgesprächen mit Personalmitarbeitern und Azubi-Speed-Datings am Klever Schulmodell beteiligen. Ansprechpartnerin ist Sarah Thomas, Telefon 02821/97699-165, Mail [s.thomas@niederrhein.ihk.de](mailto:s.thomas@niederrhein.ihk.de).



An der Gesamtschule Am Forstgarten und in der Joseph-Beuys-Gesamtschule (hier im Bild) hat Sarah Thomas bereits die ersten Workshops durchgeführt.

es viele Schülerinnen und Schüler, die schulmüde sind und deren Noten alles andere als vielversprechend seien. „Aber Noten geben nur wenig Aufschluss darüber, wie motiviert, interessiert und qualifiziert ein Bewerber ist. In Gesprächen kann man herausfinden, was er trotzdem leisten kann. Jeder hat seine Stärken.“

Angesprochen werden ausbildungsinteressierte Schülerinnen und Schüler, die Hilfestellungen bei der Berufsorientierung oder Kontakte in die Wirtschaft benötigen. Die Stärken und Interessen der Teilnehmer werden herausgearbeitet und darauf aufbauend Angebote ermittelt. Unternehmen, die sich am Klever Schulmodell beteiligen, erhalten so eine gezielte Unterstützung bei der Bewerbersuche, die übrigens auch nicht aufhört, wenn eine Ausbildung begonnen wird. „Unternehmen, die einzelnen Schülern ein Feedback über ihre Fähigkeiten sowie eine realistische Einschätzung geben, leisten wertvolle Arbeit“, so Thomas. Die IHK-Mitarbeiterin führt einen Interessen- und Kompetenz-Check in den Schulen durch und unterstützt Bewerbungsprozesse. Sie vermittelt außerdem Gesprächsrunden mit Personalverantwortlichen.

Zunächst wird in rund 90-minütigen Workshops in Kleingruppen über das Thema Ausbildung gesprochen. Welche Zukunftsvorstellungen hat der Nachwuchs? Wie stellen sich die Fachkräfte von morgen die Ausbildung vor? Es folgen im nächsten Schritt Einzelgespräche. Gezielt geht es darum, ein Unternehmen zu finden, das den Erwartungen und Stärken der potenziellen Bewerber entspricht. „Wir wollen Kontakthemmschwellen abbauen“, betont die Projektkoordinatorin. Im Frühjahr will Sarah Thomas die Arbeit in Kleve weiter intensivieren. Geplant ist dann beispielsweise ein Azubi-Speed-Dating.

Das Schulmodell kommt ursprünglich aus Hamburg und wird in Duisburg seit mehreren Jahren sehr erfolgreich umgesetzt. Mittlerweile beteiligen sich 14 Duisburger Schulen. Finanziert wird das Schulmodell in Kleve zur Hälfte durch die Gemeinden Emmerich am Rhein, Bedburg-Hau, Kranenburg und Kleve und die Niederrheinische Industrie- und Handelskammer Duisburg-Wesel-Kleve. In Kleve machen bereits die Gesamtschule am Forstgarten, die Joseph Beuys Gesamtschule und die Karl Kisters Realschule mit.

## **Daniel Quartier, Metzgerei Quartier**

# „So finden wir Fachkräfte, die zu uns passen“

### **Herr Quartier, warum machen Sie beim Klever Schulmodell mit?**

Es liegt an uns Unternehmer, den Stellenwert der Ausbildung deutlich zu machen. Wer eine Ausbildung macht, hat exzellente Karrierechancen – und ist oftmals finanziell nicht schlechtergestellt. Der Fachkräftemangel gibt die Marschrichtung vor. Wir müssen einfach mehr tun, um auf uns aufmerksam zu machen.

### **Haben Sie Probleme, Ihre Ausbildungsplätze zu besetzen?**

Da wir im Vergleich zu anderen Gastronomiebetrieben verhältnismäßig geregelte Arbeitszeiten haben, ist die Situation bei uns nicht ganz so dramatisch. Aber in der Tat: Es wird zunehmend schwerer, obwohl sich die Rahmenbedingungen im Gastrogewerbe deutlich verbessert haben. Das Azubi-Gehalt ist nach den letzten Tarifverhandlungen beispielsweise gestiegen.

### **Worauf achten Sie, wenn Sie Nachwuchskräfte rekrutieren?**

Der Schulabschluss ist nicht das entscheidende Kriterium, das Zeugnis hat für uns eine eher untergeordnete Bedeutung. Entscheidend ist das persönliche Gespräch und der Probetag. Die Bewerber sollen mit einem Praxistag ihr späteres Betätigungsfeld kennenlernen. Sehr schnell wird deutlich, ob der Job Spaß macht und wie hoch die Motivation ist. Ist er mit Leidenschaft dabei, sind wir auch bereit, ihn bei vorhandenen Defiziten – beispielsweise in Mathe oder Deutsch – zu unterstützen. Es gibt Schülerinnen und Schüler, die schulmüde sind und entsprechend leistungsschwach in der Schule sind, aber dann im Berufsleben mit Leistung überzeugen. Wir bilden für den eigenen Bedarf aus. Bei uns bekommt



**Daniel Quartier, 33, ist gelernter Fleischermeister und Diplom-Kaufmann.**

jeder eine Übernahmegarantie.

### **Sich im Klever Schulmodell zu engagieren, erfordert Zeit. Warum nehmen Sie sich die Zeit?**

Warum nicht? Die Angebote zur Berufsorientierung müssen ausgebaut werden. Das Klever Schulmodell ist da nur ein Baustein. Wie sagt man so schön: Wenn der Prophet nicht zum Berg kommt, muss der Berg zum Propheten kommen. Mit dieser Initiative haben wir die Möglichkeit, unsere Ausbildungsplätze zu präsentieren und die Vorteile und Perspektiven in persönlichen Gesprächen herauszustellen. So finden wir Fachkräfte, die zu uns passen. Letztendlich sparen wir sogar Zeit, wenn wir über das Klever Schulmodell den richtigen Bewerber finden.

**Die Metzgerei Quartier / CurryQ beschäftigt rund 110 Mitarbeiter und sieben Auszubildende. Ausgebildet werden Bürokaufleute, Fleischer, Fachverkäufer, Fachkräfte für Systemgastronomie und Köche.**

# „Eine Flatrate für alle Leistungen“

**Dr. Ralf Sibben, Geschäftsführer der Unternehmerschaft Niederrhein, erklärt im Interview, warum sich auch für Klever Unternehmen eine Mitgliedschaft lohnt.**

**Herr Sibben, Sie waren kürzlich bei Kleves Bürgermeisterin Sonja Northing zu Gast. Was war der Grund Ihres Besuches?**

Ich bin seit April 2017 Hauptgeschäftsführer der Unternehmerschaft Niederrhein mit Sitz in Krefeld. Unser Verbandsgebiet umfasst die Kreise Kleve (linksrheinisch), Viersen, Rhein-Kreis Neuss sowie die Städte Krefeld und Mönchengladbach. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass wir im Krefelder und Mönchengladbacher Raum sehr gut aufgestellt sind, aber der Bekanntheitsgrad im Kreis Kleve doch recht überschaubar ist. Die räumliche Distanz ist halt sehr groß.

**Nichtsdestotrotz können auch Klever Unternehmen Mitglied werden. Was kann die Unternehmerschaft als regionaler Arbeitgeberverband bieten?**

Bei uns sind sechs Mitgliedsverbände organisiert: die Metall- und Elektroindustrie, die Chemische Industrie, die papierverarbeitende Industrie, die Nahrungs- und Genussmittelindustrie, der Groß- und Außenhandel sowie ein allgemeiner Verband für alle anderen Unternehmen, die keiner der oben genannten Branchen zugeordnet werden können. Wir haben sechs Schwerpunkte: das Arbeits- und Sozialrecht, das Tarifrecht, Arbeitswissenschaft, Wirtschaftsmediation, Öffentlichkeitsarbeit und Weiterbildung. Darüber hinaus bieten wir ein starkes Netzwerk



**Besuch bei Bürgermeisterin Sonja Northing in Kleve: Der neue Geschäftsführer der Unternehmerschaft Niederrhein, Dr. Ralf Sibben.**

mit 800 überwiegend mittelständischen Unternehmen und etwa 90.000 Beschäftigten. Und das Schöne ist: Wir haben beim Mitgliedsbeitrag eine Flatrate für alle Leistungen. Gerade Unternehmen, die keine eigene Rechtsabteilung haben, profitieren von unserer juristischen Expertise. Wenn es um Arbeits- und Tarifverträge oder die Ausgestaltung von Betriebsvereinbarungen geht, sind wir der richtige Ansprechpartner. Wir vertreten unsere Mitgliedsunternehmen auch vor den Arbeits- und Sozialgerichten.

**Was zeichnet Kleve als Wirtschaftsstandort aus?**

Kleve profitiert meines Erachtens von der Nähe zu den Niederlanden. Grenz-

überschreitende Geschäftsbeziehungen werden in den nächsten Jahren weiter an Bedeutung gewinnen. Darüber hinaus hat auch die Hochschule eine Signalwirkung. Kleve ist eine Stadt, in der man gut arbeiten, gleichzeitig aber auch im Umfeld exzellent wohnen kann.

## Auf einen Blick

Unternehmen, die sich für eine Mitgliedschaft interessieren, erhalten im Internet unter [www.un-agv.de](http://www.un-agv.de) mehr Infos. Die dem Verband angehörige Bildungswerk Unternehmerschaft Niederrhein GmbH bietet ein umfassendes Seminarprogramm für Fach- und Führungskräfte und ist Ansprechpartner für Fragen zu Aus- und Weiterbildung. Infos dazu unter [www.un-bw.de](http://www.un-bw.de).

## Kurz und knapp

### Neue Weiterbildungsangebote der IHK

Weiterbildungen bringen neuen Schwung und Abwechslung in die Karriere. Vielfältige und praxisnahe Angebote finden sich in der neuen Weiterbildungsbroschüre der Niederrheinischen Industrie- und Handelskammer Duisburg-Wesel-Kleve. Die Veranstaltungspalette umfasst Zertifikatslehrgänge, Seminare und

Workshops im Zeitraum von Januar bis Juni 2019. Die Teilnehmer erwarten Lehrgänge mit praxisnahem Unterricht und eine spannende Vermittlung von Fachwissen durch erfahrene Dozenten. In Informationsveranstaltungen berichten Experten über aktuelle Änderungen im Zoll- und Außenwirtschaftsrecht und der

Exportkontrolle. Auch Patentsprechstunden sowie Finanzierungssprechstage mit Fördermittelberatern sind im Programm enthalten. Die Weiterbildungsbroschüre und weitere Infos sind bei Maria Kersten erhältlich, Telefon 0203/2821-487, Mail [kersten@niederrhein.ihk.de](mailto:kersten@niederrhein.ihk.de), und unter [www.ihk-niederrhein.de/weiterbildung](http://www.ihk-niederrhein.de/weiterbildung).

# Spatenstich zum Glasfaser-Ausbau

**Der erste Spatenstich für die zentrale Verteilstation in Kleve ist erfolgt. „Insgesamt werden im ersten Schritt in den Gewerbegebieten in Kleve rund 30 Unternehmen vom neuen Glasfasernetz profitieren“, so Eileen Andonov, Geschäftskundenberaterin bei Deutsche Glasfaser.**

Aufgrund der hohen Nachfrage nach stabilen und sicheren Glasfaseranbindungen seitens der ansässigen Unternehmen rentiert sich der eigenwirtschaftliche Ausbau durch das Unternehmen Deutsche Glasfaser, der voraussichtlich bis Anfang April 2019 abgeschlossen ist. Die Gewerbegebiete werden mit einer neuen kupferfreien Glasfaserinfrastruktur ausgebaut. Hierbei werden alle Unternehmen an die zukunftsorientierte Telekommunikationsinfrastruktur angeschlossen, die einen Vertrag mit Deutsche Glasfaser gezeichnet haben.

„Mit diesem Ausbau schaffen wir hervorragende Rahmenbedingungen. Rund 180 Hektar Klever Gewerbeflächen werden von hohen Übertragungsraten profitieren“, so Wirtschaftsförderer Dr. Joachim Rasch. Er betont, dass ein gutes Breitbandangebot schon heute für eine zunehmende Zahl von Unternehmen ein äußerst wichtiger Standfaktor sei. „Die Übertragungsgeschwindigkeit der Daten entscheidet über die Effizienz zahlreicher Webanwendungen und damit über den Erfolg vieler Unternehmen.“ So stehen jetzt künftig unter anderem im Technologiezentrum Kleve (TZK) symmetrische Bandbreiten ab mindestens 250 Mbit/s bis zu garantierten 10 Gigabit pro Sekunde zur Verfügung. Für



**Der erste Spatenstich (v.l.): Wirtschaftsförderer Dr. Joachim Rasch, Dominik Niestegge (Bauleiter von der Firma Heming), Eileen Andonov und Rainer Szymanski (beide Geschäftskundenvertrieb Deutsche Glasfaser), Christian Schüller (Bau-Projektleiter Deutsche Glasfaser)**

die Betreibergesellschaft des TZK ist dieses eine wegweisende Entwicklung, da so den Existenzgründern und kleinen Unternehmen optimale Bedingungen für den Start in die Selbständigkeit geboten werden. „Wir haben bereits viele positive Rückmeldungen erhalten. Viele Inhaber sehen jetzt bessere Chancen für ihr Geschäft. Insgesamt hat sich die Attraktivität des Standortes Kleve deutlich erhöht“, so Rasch.

## Auf einen Blick

Unternehmen, die jetzt noch einen Glasfaseranschluss bestellen möchten, können sich telefonisch unter 0800-281 2812 (gebührenfrei) sowie per Email ([business@deutsche-glasfaser.de](mailto:business@deutsche-glasfaser.de)) bei Deutsche Glasfaser Business informieren.

## Auf einen Blick

### Stadt Kleve auf der EXPO REAL

Halle B1, Stand 314 - unter dieser traditionellen EXPO REAL-Adresse hat sich der Standort Niederrhein in München wieder der Fachwelt aus der internationalen Immobilienwirtschaft präsentiert. Mit auf dem Stand dabei waren die beiden Städte Krefeld und Mönchengladbach, die vier Kreise Kleve, Viersen, Wesel und Rhein-Kreis Neuss sowie 16 Unternehmenspartner. Mehr als 75 Projekte waren im Angebot. Auf den Hallengängen und Messeständen herrschte im

Jahr 2018 besonders an den beiden ersten Messetagen äußerst dichtes Gedränge. Die Messeveranstalter konnten dies mit erneuten Rekordzahlen erklären: Sie registrierten 2.095 ausstellende Unternehmen, Städte und Regionen (2017: 2.003) aus 41 Ländern sowie 44.536 Teilnehmer (2017: 41.775) aus 72 Ländern. „Die EXPO REAL ist eine



ausgezeichnete Plattform, um Kontakte zu knüpfen und mit Investoren ins Gespräch zu kommen“, so Wirtschaftsförderer Dr. Joachim Rasch, der an zwei Tagen auf der Messe vertreten war.

## ++ Telegramm ++

### Ausbildungsjahr 2017/2018

Die Bilanz des Ausbildungsjahres 2017/2018 im Kreis Kleve zeigt positive wie negative Entwicklungen für Bewerber und Ausbildungsbetriebe. Bewerber mit guten Abschlüssen haben gute Chancen, während andere Schulabgänger häufiger erfolglos blieben und noch einen Ausbildungsplatz suchen. Zum Ende des Berufsberatungsjahres suchten im Kreis Kleve noch 269 junge Menschen eine Ausbildungsstelle oder eine Alternative, 56 weniger als ein Jahr zuvor. Davon waren 51 Jugendliche bei den Agenturen für Arbeit gemeldet, die übrigen in den Jobcentern des Kreises. Gleichzeitig waren zum Ende des Berichtsjahres 166 Ausbildungsstellen unbesetzt, 49 Stellen mehr als im Vorjahr.

### Ausstellung in der Hochschule

Die multimediale Wanderausstellung „The New Marshall Plan Europe 1948/2018 – Memories, Discoveries, Lessons“ ist noch bis zum 20. Dezember am Campus Kleve im Foyer des Audimax (Gebäude 01) zu sehen. Die Ausstellung ist Bestandteil eines größeren, multinationalen Forschungsprojekts an der Universität und soll einen Beitrag dazu leisten, den kritischen Blick dafür zu schärfen, mit welcher Bildsprache das Europäische Wiederaufbauprogramm der Vereinigten Staaten nach dem Zweiten Weltkrieg unterlegt war. Insbesondere geht es darum, aufzuzeigen, mit welchen „Stories“ seinerzeit den Bürgerinnen und Bürgern die Vision eines neuen, demokratischen Europas vermittelt werden sollte.

## Auf einen Blick

Das Standortmagazin „CLEver Business“ berichtet in jeder Ausgabe über Unternehmen aus Kleve. Innovationen, Investitionen und Standorterweiterungen sind für uns von besonderem Interesse, denn was gut für Unternehmen ist, ist auch gut für den Standort. Wir können aus Platzgründen nicht jede Meldung berücksichtigen, freuen uns aber über alle Infos. Nehmen Sie unsere E-Mail-Adresse in den Verteiler auf: [clever@wtm-kleve.de](mailto:clever@wtm-kleve.de).

### OPTIK REINTJES

## 40 Jahre „Durchblick“ mit Optik R

Das Augenoptikfachgeschäft Optik R Rambach + Reintjes feiert in diesem Jahr sein 40-jähriges Bestehen. 1978 gründete Johannes Rambach das Geschäft, 1989 begann Klaus Reintjes die Ausbildung zum Augenoptiker. 2010 wurde Klaus Reintjes in die Geschäftsführung berufen. Nach sieben gemeinsamen Jahren in der Geschäftsführung gab Johannes Rambach im Juli 2017 die Verantwortung an seinen Nachfolger ab und verabschiedete sich in den wohlverdienten Ruhestand. Optik R bietet an der Hoffmannallee auf rund 150 Quadratmetern

Geschäftsfläche neben Sport- und Sonnenbrillen auch Kontaktlinsen für jeden Anlass sowie Designerbrillen für jeden Anspruch. Aus einer Vielzahl an Fassungen mit unterschiedlichen Stilrichtungen kann der Favorit ausgewählt werden. Des Weiteren bietet das Fachgeschäft eine spezielle Fachberatung für Kinder und Erwachsene mit eingeschränktem Sehvermögen an. Zum Leistungsportfolio gehören unter anderem eine 3D-Augenglasbestimmung und eine Kontaktlinsenanpassung. Optik R beschäftigt neun Mitarbeiter.

[www.optik-r.com](http://www.optik-r.com)








Existenzgründung – Beratung – Büro-/Gewerberäume



### Wo Gründer erfolgreich starten

Als von öffentlichen Partnern getragenes Kompetenzzentrum für Gründungen bietet das Technologie-Zentrum Kleve (TZK) in einem vertrauensvollen Umfeld beste Voraussetzungen für junge innovative Unternehmen. Hier führen ausgewiesene Experten alle verfügbaren Ressourcen zur Optimierung der Startbedingungen und Entwicklungsoptionen zusammen.

-  Qualifizierte Begleitung für Gründer und junge Unternehmer
-  Variable Raumanmietung zwischen 15 u. 150 m<sup>2</sup>. Werkstatteinheiten ab 200 m<sup>2</sup>.
-  Ebenerdige Bauweise und ausreichende Parkmöglichkeiten.
-  Synergien im Mietermix, Austausch und Zusammenarbeit innerhalb des Zentrums
-  Kostenlose Beratung im Bereich Existenzgründung, Businessplan-Erstellung, Fördermittel, Kooperation und Marktchancen

### Technologie-Zentrum Kleve GmbH

Boschstr. 16  
47574 Kleve  
Telefon +49 2821 894-0  
Telefax +49 2821 894  
E-Mail [tzk@kleve.de](mailto:tzk@kleve.de)

SAVE THE DATE: 13. MÄRZ 2019

## Nächste Klever Job- und Ausbildungsplatzbörse

Save the date: Am Mittwoch, 13. März, veranstaltet die WTM gemeinsam mit dem JobCenter Kreis Kleve, der Bundesagentur für Arbeit und der Euro-Region Rhein-Waal die bewährte Klever Job- und Ausbildungsplatzbörse in der Klever Stadthalle. Institutionen, Organisationen und vor allem Unternehmen aus Kleve und der Region stellen Schülerinnen und Schülern, aber auch Jobsuchenden, ihre Ausbildungs- bzw. Arbeitsplätze vor. Die Veranstaltung wird durch eine Vielzahl an Fachvorträgen und Workshops aus dem kompletten Personalbereich abgerundet. Unternehmen, die mitmachen möchten, können sich bei der WTM melden. Die Meldefrist ist der 20. Dezember 2018.

[www.kleve.de/de/wfg](http://www.kleve.de/de/wfg)



Wo finde ich meinen Ausbildungsplatz und meinen Job?

Foto: MMO

### SPECTRO

## Landesbester Azubi

Mit Manuel Boßmann (im Bild mit SPECTRO-Ausbildungsleiter Alfred Ricken) wurde im Oktober ein Auszubildender der SPECTRO Analytical



Instrumentals GmbH als Kammerbester im IHK-Bezirk Duisburg/Wesel/Kleve ausgezeichnet. Im Rahmen eines Festaktes in Duisburg beglückwünschte IHK-Präsident Burkhard Landers den Physikkolaboranten für seine herausragenden Leistungen, die er im Rahmen seiner Ausbildung bei SPECTRO gezeigt hat. „Das Thema Ausbildung hat in unserem Hause bekanntermaßen einen hohen Stellenwert. Dementsprechend investieren wir sehr viel in die Förderung unserer Auszubildenden. Natürlich freuen wir uns sehr, dass einer von ihnen nun zum Landesbesten geehrt wird“, erklärt Personalleiter Holger Kohn. Aktuell beschäftigt der führende Anbieter von Geräten für die Elementanalyse 26 Auszubildende in Kleve. Foto: Niederrheinische IHK

### MUSEUM KURHAUS KLEVE

## „Heiligen Drei Könige“ sind weltbekannt

Mit der Unterstützung der Kulturstiftung der Länder, der Ernst von Siemens-Kunststiftung, des Ministeriums für Kultur und Wissenschaft des Landes und Kunststiftung NRW, der Rudolf-August Oetker-Stiftung, der Provinzial Rheinland Versicherung AG, der Irene Zintzen-Stiftung und weiteren heimischen Zuschussgebern ist es dem Freundeskreis Museum Kurhaus und Koekkoek-Haus Kleve e.V. gelungen, die bedeutende spät-

gotische Skulpturengruppe „Heilige Drei Könige“ (um 1530-35) von Henrik Douverman für die Sammlung des Museum Kurhaus Kleve zu erwerben. Die weltbekannte Neuerwerbung erweitert die Sammlung des Museum Kurhaus Kleve, in der in den letzten Jahrzehnten ein hervorragender Überblick zur niederrheinischen Skulptur der Spätgotik und Renaissance aufgebaut worden ist.

[www.museumkurhaus.de](http://www.museumkurhaus.de)



Die "Heiligen Drei Könige".

# Schneller, stabiler, wirtschaftlicher.

Glasfaser für Ihr Unternehmen.

**Anrufen  
und Anschluss  
sichern!**

**Wir realisieren den Glasfaserausbau in Ihrem Gewerbegebiet.**

Für schnelles Internet, für stabile Datenleitungen und für wirtschaftliche Kommunikation mit einem eigenen Glasfaseranschluss.

**Individuelle Beratung.**

**Mehr Informationen.**

**Service-Nr. 0800 281 281 2**

**[business@deutsche-glasfaser.de](mailto:business@deutsche-glasfaser.de)**

**[deutsche-glasfaser.de/business](http://deutsche-glasfaser.de/business)**



**Deutsche  
Glasfaser**