

JAHRESBERICHT

2018



## Liebe Mitglieder, liebe Freunde des Vereins Gildenhaus,



im Jahr 2018 konnten wir wieder ein buntes Programm mit interessanten Veranstaltungen, Diskussionsrunden und Begegnungen anbieten. Themen wie CyberCrime, Digitalisierung bei Oetker, Populismus und soziale Marktwirtschaft oder Zinspolitik führten wieder viele interessierte Gäste zu uns. Mit dem neuen Veranstaltungsformat „GenerationenTalk“ greifen wir nun regelmäßig das Thema Unternehmensnachfolge in Familienunternehmen auf und stoßen hier auf reges Interesse. Darüber hinaus freut es uns sehr, dass auch in diesem Jahr die Jugend stark vertreten war, eine Zielgruppe, die uns sehr am Herzen liegt.

Unsere Tätigkeit wäre jedoch ohne die mannigfaltige Unterstützung unserer Mitglieder nicht möglich: Mit Ihrer Mitgliedschaft bilden Sie die finanzielle Basis des Vereins, und auch das vielfältige Engagement zur weiteren Unterstützung unserer Aktivitäten - sei es bei der Durchführung des Economic Summer Camps, durch die Mitgestaltung weiterer Veranstaltungen oder durch zusätzliche finanzielle Unterstützung – ist für uns eine große Hilfe.

Hierfür bedanken wir uns im Namen des gesamten Vorstandes sehr herzlich. Wir hoffen, Sie halten uns auch weiterhin die Treue und ermöglichen somit auch zukünftig das erfolgreiche Agieren des Vereins Gildenhaus.

Herzliche Grüße

Dr. René Pankoke  
Vorstandsvorsitzender

Kerstin Weißinger  
Geschäftsführerin

## Inhalt:

	Seite
Gildenhaus Gespräch: CEO-Fraud .....	4
Traditionelles Spargelessen: Ehrengast: Dr. Albert Christmann .....	8
ESC ALUMNI .....	14
Mitgliederversammlung .....	18
Economic Summer Camp .....	21
Grünkohlessen ohne Grünkohl: Ehrengast: Roland Koch .....	31
Gildenhaus Symposium: Brauchen wir Zinsen? .....	36
GenerationenTalk: Fritz-Wilhelm und Thilo C. Pahl erzählen ihre Geschichte .....	39
Neue Mitglieder .....	42
Pressespiegel .....	43
Impressum .....	55

## Gildenhaus Gespräch

22.02.2018, Neue Schmiede, Bielefeld-Bethel

### CEO-Fraud –

nur **eine** Facette der Cyber-Risiken im Zeitalter der Digitalisierung

**Rudolf Delius, stellvertretender Vorsitzende des Gildenhaus e.V., begrüßte die Gäste. Cyber-Kriminalität sei ein Thema, das uns alle angehe, beruflich wie privat, in allen Branchen und Unternehmensgrößen. Und im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung werde diese Problematik weiter zunehmen.**

### Christian Vogt

(Leiter Konzernsicherheit bei CLAAS und Vorstandsvorsitzender der ASW (Allianz für die Sicherheit in der Wirtschaft e.V.) NRW):

### Wirtschaftsschutz – der Umgang mit Cyberrisiken Der Ansatz der ASW und die Umsetzung im Unternehmen

Die Digitalisierung in allen Lebensbereichen eröffnet viele neue Möglichkeiten für Straftäter. Trotz dieser Bedrohung ergreift der Großteil der Unternehmen kaum Maßnahmen zur Prävention, die Risiken werden häufig unterschätzt. Demnach fehlt es an Strukturen, wie definierte Verantwortlichkeiten für (Cyber-)Sicherheit im Unternehmen, Meldeverpflichtungen, Notfallmanagementsysteme oder die definierte Zusammenarbeit mit Behörden. Erst in jüngster Vergangenheit ist ein leichter Anstieg der dahingehend getätigten Investitionen erkennbar, der Schutz vor Cyberkriminalität wird allmählich zur Chefsache.

### CEO-Fraud

Ein häufiger Betrugsfall ist der CEO-Fraud, bei dem Mitarbeiter zur Überweisung hoher Summen auf vermeintliche Anordnung Ihrer Firmenchefs angehalten werden. Die Methodik ist mittlerweile so ausgereift, dass es den Geschädigten schwer fällt, einen Betrug zu erkennen.

### Immense Schäden

In Europa sind 1.200 Fälle bekannt, es entstand ein Schaden von 31 Mio Euro, weltweit beläuft sich die Schadenssumme auf 3,1 Mrd Dollar.

In NRW sind 53% aller Unternehmen von Cybercrime-Fällen betroffen, dennoch fehlt bei 51% ein fest installiertes Notfallmanagement.



**Christian Vogt**, Leiter Konzernsicherheit bei CLAAS und Vorstandsvorsitzender der ASW (Allianz für die Sicherheit in der Wirtschaft e.V.) NRW

Wie kommt es zu dieser hohen Quote? Das größte Sicherheitsrisiko hierbei ist der Mensch. Mangelnde Sensibilisierung, Überlastung, fehlende Richtlinien ... – Gründe gibt es zahlreiche. Und Eines stellt Herr Vogt klar: Alle Maßnahmen können helfen, die Cyber-Risiken zu minimieren, ein Restrisiko wird jedoch immer bleiben.

Umso wichtiger ist es, präventiv tätig zu sein.

Mögliche Strategien sind

- Sensibilisierung der Mitarbeiter
- Schulungen
- Aufbau eines Netzwerkes, Kooperationen
- Beratung durch externe Fachkompetenzen
- Zusammenarbeit mit Behörden
- klare Definition von Verantwortlichkeiten

## Stefan Becker

Referatsleiter „Cybersicherheit für die Wirtschaft“, BSI (Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik):

## Risiken und Schutz in der Digitalisierung



**Stefan Becker**, Referatsleiter „Cybersicherheit für die Wirtschaft“, im BSI, Bonn

Mittlerweile gibt es auch erste Ansätze in Politik und Wirtschaft, sich dieser Thematik anzunehmen. Mit der Sicherheitspartnerschaft NRW arbeiten das Innen- und das Wirtschaftsministerium NRW mit der IHK und dem ASW NRW zusammen. NRW trat 2018 auch der Allianz für Cybersicherheit (BSI) bei.

Verbände wie der ASW und BSI fördern die Kriminalprävention in der Wirtschaft, beraten, schaffen Netzwerke und unterstützen im Schadensfall.

Ob CEO-Fraud oder Ransomware, die Vorgehensweise wird immer perfektionierter. CEO-Fraud-Täter verfügen teilweise über derart detailliertes Insiderwissen – durch vorangegangene Recherchen erlangt – (Social Engineering), dass die Opfer trotz aller Vorsicht immer wieder darauf hereinfallen. Im Fall von Ransomware werden mittels einer Software die eigenen Daten komplex verschlüsselt. Den Schlüssel zur Decodierung erhalten die Opfer nur nach Zahlung erheblicher Summen. Stefan Becker rät:

**„Stellen Sie sich auf die Seite der Betrüger!** Betrachten Sie das Gefahrenszenario aus dieser Perspektive, um Ihr Risiko zu minimieren.“

Die nationale Cyber-Sicherheitsbehörde (BSI) unterstützt den Staat, die Wirtschaft und die Gesellschaft. In der ihr angegliederten Allianz für Cybersicherheit haben sich 2.700 Unternehmen zusammengeschlossen und bieten einen weitreichenden Informationspool, einen aktiven Informations- und Erfahrungsaustausch sowie Schulungen, Vorträge und Demonstrationen zur Stärkung der IT-Sicherheits-Kompetenz.

Mit Informationsmaterial, wie dem IT-Grundschutz, bietet der BSI Unterlagen zum IT-Schutz. 2017 wurde dieser grundlegend überarbeitet, neu strukturiert und in Module geteilt, so dass er als vereinfachter Einstieg in die IT-Sicherheit auch für kleinere Unternehmen ein praktikables Instrument darstellt.

*„Üben Sie den Ernstfall!“*

*rät Stefan Becker immer wieder.*

Abschließend stellt er fest, dass die Digitalisierung ohne Cyber-Sicherheit nicht erfolgreich sein kann, bereits bei der Produktentwicklung sei die IT-Sicherheit zu berücksichtigen. Wichtig sind hierbei die Kooperationen zwischen allen Beteiligten.

In der anschließenden Podiumsdiskussion mit den beiden Referenten sowie Nicole Weyerstall (Schuster Versicherungsmakler GmbH) konnten unter der Moderation von Peter Zawilla (FMS Fraud & Compliance Management Services GmbH) die Themen vertieft werden und viele Fragen aus dem Publikum erörtert werden.



*Moderierte durch den Abend:*

***Peter Zawilla**, Geschäftsführer der FMS Fraud & Compliance Management Services GmbH*



*v.li.: **Nicole Weyerstall**, Vorsitzende der Geschäftsleitung der Schuster Versicherungsmakler GmbH, Bielefeld, **Stefan Becker**, BSI, Bonn und **Christian Vogt**, ASW NRW, Düsseldorf*



v.li.: **Rudolf Delius**, stellvertr. Vorstandsvorsitzende des Gildenhaus e.V., **Peter Zawilla**, **Nicole Weyerstall**, **Stefan Becker** und **Christian Vogt**

## Traditionelles Spargelessen

05.06.2018, Fa. Goldbeck

### Ehrengast: Dr. Albert Christmann

Persönlich haftender Gesellschafter der Dr. August Oetker KG

## Wie relevante Consumerneeds die Welt verändern

Nach dem Empfang begrüßte Dr. René Pankoke, Vorstandsvorsitzender des Vereins Gildenhause, die Gäste und dankte den Sponsoren für ihre Unterstützung. Er betonte die außerordentliche Stärke der Marke Oetker, die einen Bekanntheitswert von 97% aufweist. Dass man sich darauf jedoch nicht ausruhen kann, insbesondere im Zeitalter der Digitalisierung, erläuterte Dr. Albert Christmann in seinen Ausführungen:

Er gab in kompakter Form einen Überblick über die aktuellen Markttrends und die daraus resultierenden Oetker-Strategien.

Relevante Entwicklungen sind hierbei u.a.

- Attraktivität junger Marken: die Jugend reagiert stärker auf neue Marken, weil diese vermeintlich innovativer und somit attraktiver sind.



*Dr. Albert Christmann, Dr. August Oetker KG, Bielefeld*



*Dr. René Pankoke, Vorstandsvorsitzender Gildenhause e.V.*

- Digitales Marketing: digitale Medien lassen digitale Vertriebskanäle entstehen, die kleineren Unternehmen wegen deren größeren Flexibilität ein bis zu vier mal schnelleres Wachstum ermöglichen.
- Gesundheitswelle: Gesunde Ernährung rückt stärker in den Fokus, Genuss steht hier oft an zweiter Stelle
- Internet der Dinge: die Zukunft wird der digitale Einkauf in der Lebensmittelbranche sein (elektronische Produktinfo bis zur automatischen Abbuchung der Einkaufssumme)
- eCommerce-Giganten: sie stellen einen großen Wettbewerber dar
- Expandierende Discounter: sie sind die Gewinner im klassischen Handel mit ihrem wechselnden Sortiment aus Marken und Eigenmarken
- Stagnierende Handelsvielfalt: große Ketten verdrängen kleine Handelsunternehmen
- Lokale Wettbewerber
- Aktivistische Investoren im Handel: sie verdrängen durch starken Preisdruck kleinere Marken



*„Wir haben gelernt, zu teilen“*

Bislang konnte sich Oetker auf die Stärken des traditionellen Geschäftsmodells starker Marken und relevanter Produkte mit höheren Margen verlassen. Der Zugang zum Verbraucher wird nun jedoch durch digitale Wege unterlaufen.

Oetker teilt den Markt in drei Segmente: den bereits entwickelten Markt, den aufstrebenden Markt, für den die Digitalisierung Bedingung ist sowie das Segment der Premiumnischen mit individuellen Problemlösungen.

Der Wettbewerb verändert sich, er wird digitaler, das bedarf heute der Betrachtung dynamischer Marktsegmente.

### Wie löst Oetker das Problem?

- Mit intensivem Datenmanagement: Daten aufgrund von Kundenfeedback werden als äußerst wichtig betrachtet.
- Mit einer klassischen Produktion, die nur zusammen mit digitalen Aspekten weiter erfolgreich sein kann.
- Mit Bildung von Kooperationen, bei der bestehende Geschäftsfelder geteilt und so auch neue ermöglicht werden.

- Mit dem Einschlagen neuer Wege zusammen mit den Mitarbeitern, um neue Lösungen zu finden.
- Mit digitalem Factoring: Investition in Fonds zur Entwicklung digitaler Produkte
- Mit Oetker digital: Ein Unternehmen als Dienstleister für alle Unternehmen in der Oetkergruppe



Zum Ende seiner Ausführungen gab Dr. Christmann noch einen Einblick in die Strategien für die Lebensmittelsparte.

Hier definiert Oetker **4 Verbrauchertypen** (Angela möchte beim Backen eine Erlebniswelt erfahren, Frank als perfekter Bäcker strebt nach neuen Ideen, Rezepten und Produkten, Robert isst nur Fertigprodukte und Daniela backt gerne mit den Kindern).

Zwischen diesen vier Extremen finden sich alle Facetten mit unterschiedlichen Bedürfnissen und Ansprüchen.

Neue Ideen sind und werden auch weiterhin dahingehend entwickelt, z.B.

- online-shops für Backartikel
- Kundenbindung durch Back-Apps
- Cafe Gugelhupf (Gastronomie)
- Individualisierte Kuchen



Mit dem Verlassen der Einmarkenstrategie und der weiteren Standardisierung von Standardprozessen nennt Herr Dr. Christmann zwei Strategien für die Zukunft. Für Neuprodukte gilt das erklärte Ziel der Innovationsführerschaft.





Nach einer langen und intensiven Fragerunde aus dem Publikum dankte Herr Dr. Pankoke Herrn Dr. Christmann sehr herzlich und der Spargel konnte serviert werden.



Impressionen:





## ESC ALUMNI Treffen

08.06.-09.06.2018

### Sommerliches Wiedersehen mit Theorie und Grillfest

Zum Alumni ESC trafen sich wieder 28 ehemalige ESC-Teilnehmerinnen und –Teilnehmer. Das Programm war dieses Jahr etwas lockerer gestaltet, da es im Hochsommer bei schönstem Sonnenwetter stattfand.

Die Gruppe traf sich im Bielefelder Jugendgästehaus, wo sie auch logierte. Für den Samstagnachmittag standen zwei Vorträge in den Räumlichkeiten des Gästehauses auf dem Programm.

Erste Gastrednerin war **Frau Prof. Silke Springensguth (FHM Bielefeld, „Medien- und Kommunikationspsychologie“)** mit dem Thema: **Persuasive Kommunikation: In Job und Studium erfolgreicher durch Psycho-Tricks!**

Frau Prof. Springensguth gewährte einen Einblick in die Kommunikationspsychologie. Sogenannte Bias, systematisch fehlerhafte kognitive Verzerrungen beeinflussen unsere Wahrnehmung, weil unser Gehirn gerne auf „Bekanntes“ zurückgreift und dem Gesetz des geringen Aufwandes folgt.

#### „Unser Gehirn ist faul“

So lernten die Teilnehmer verschiedene Phänomene kennen, wie die „selbsterfüllende Prophezeiung“, die Ankerheuristik (Priming) das Kontrastprinzip oder das Reziprozitätsprinzip.



**Prof. Silke Springensguth**, FHM Bielefeld:

Frau Prof. Springensguth hatte viele Beispiele bereit, wie wir durch unser Kommunikationsverhalten unsere Mitmenschen beeinflussen können - trickreich, aber durchaus legal.

In der abschließenden Diskussion wurde dies von den Teilnehmern auch kritisch beurteilt. Wie sehr soll ich taktieren? Wo ist die Grenze zum „Anbiedere“? Bin ich dann noch authentisch? Sicherlich konnte aber jeder Teilnehmer für sich persönlich etwas mitnehmen.

Im Anschluss war **Bettina Nolting von der MENTOR.I-Stiftung** Gast. Sie nannte unter dem Titel **„Ethik und Ökonomie – philosophische Perspektiven“** Aspekte, wie wir Ethik ins Unternehmen bringen können und regte mit vielen Fragestellungen eine rege Gesprächsrunde/Diskussion an:

Stehen Ethik und Ökonomie im Widerspruch?

Warum arbeite ich denn? Ist Wachstum immer notwendig?



**Bettina Nolting**, Vorsitzende der MENTOR.I-Stiftung

Nach der Theorie war die Truppe zu Gast bei Familie Pankoke im heimischen Garten und erlebte bei schönstem Wetter einen sehr geselligen Abend.

Von Unternehmenseite mit dabei waren Cornelia und Rudolf Delius sowie Matthias Schauch vom Bankhaus Lampe.



Grillen war Chefsache und bei leckerem Essen, Fußballleinlagen und insbesondere sehr netten Gesprächen wurde es später ...





... und später ...



... – erst um Mitternacht ging es nach Hause.



Der Sonntag Vormittag stand unter dem Motto „Heimatkunde“. Eine Führung durch die Ravensberger Spinnerei brachte den Teilnehmern die Geschichte der Leineweberindustrie der Stadt Bielefeld nahe.



Im historischen Museum gab es dann anschauliche Informationen zur früheren Leinenherstellung. Die schlechten Arbeitsbedingungen der Beschäftigten in der Spinnerei Mitte des 19. Jahrhunderts machten alle Beteiligten betroffen. Sehr beeindruckend waren auch die historischen Webstühle, die die Entwicklung der Industrialisierung sehr deutlich machten.



## Gildenhaus Mitgliederversammlung

12.07.2018, Unternehmerverband der Metallindustrie

Herr Dr. Pankoke begrüßte die Gäste, dankte Frau Gudehus für die gastfreundschaft und eröffnete die Sitzung.

Geschäftsführerin Kerstin Weißinger berichtete über die Vereinsaktivitäten und Veranstaltungen im Zeitraum September 2017 bis Juli 2018. Im Anschluss daran stellte Schatzmeister Uwe Hadeler den Jahresabschluss 2017 vor, Gregor Korsten den Rechnungsprüfungsbericht.

Im Anschluss genehmigten die Mitglieder des Vereins Gildenhaus einstimmig die Entlastung des Vorstands für das Jahr 2017.

### Vorstandswahlen

Gemäß § 6 der Gildenhaus-Satzung musste der Vorstand in diesem Jahr neu gewählt werden.

Folgende Vereinsmitglieder wurden jeweils einstimmig (bei Enthaltung der Betroffenen) gewählt:

- Hans Beckhoff
- Rudolf Delius
- Prof. Dr. Dieter Dresselhaus
- Uwe Hadeler



- Uwe Heimers
- Sabine Kumlehn
- Dr. Franz Josef Lerdo
- Dr. René Pankoke
- Matthias Schauch

Anke Gudehus gehört kraft ihres Amtes dem Vorstand an.

Als Kassenprüfer für 2018 wurden Gregor Korsten und Hans-Dieter Kendziora einstimmig gewählt.





*Der Gildenhaus Vorstand (v. li.): Uwe Hadeler, Rudolf Delius, Dr. Franz-Josef Lerdo, Dr. René Pankoke, Matthias Schauch, Uwe Heimers, Anke Gudehus. Es fehlen: Hans Beckhoff, Prof. Dr. Dieter Dresselhaus, Sabine Kumlehn*

Im Anschluss aß die Gesellschaft auf der Terrasse des Arbeitgeberverbandes zu Abend.



## Economic Summer Camp

19.08.-24.08.2018

Aus der Vielzahl an Bewerbungen wurden wieder 20 Jugendliche ausgewählt, am ESC 2018 teilzunehmen. Die jungen Leute erwartete wieder ein buntes Programm aus wirtschaftlichen Vorträgen, Betriebs-

besichtigungen, Gesprächen mit UnternehmerInnen und jede Menge Spaß. Die diesjährige Truppe war wieder sehr interessiert, engagiert und diskussionsfreudig.



*Von links: Paula Schmieta, Tilmann Kronshage, Julius Scholz, Christian Beneke, David Embgen, Lena Blomberg, Timo Warzecha, Alexander Terstiege, Jonas Wellmann, Justine Schelp, Lucas Alfred, Leonard Mielke, Kristina Korsten, Carlota Reimann, Emil Meier, Luisa Jäcker, Marlene Blaeser, Dr. René Pankoke, Dominik Höhr, Lukas Jäcker.*

## Die Teilnehmer berichten: <sup>1</sup>

Unser Camp begann mit einem gemütlichen Grillen im Jugendgästehaus. Nach einer leidenschaftlichen Eröffnungsrede von Herrn Delius, einem Vorstandmitglied des Gildenhaus e.V., haben wir uns bei einigen Namensspielen, die von unseren Betreuern organisiert worden waren, kennengelernt und den Abend anschließend im Biergarten am alten Marktplatz ausklingen lassen.



## 1.Tag

Nach einer kurzen, aber dennoch erholsamen Nacht sind wir nach dem Frühstück zur **FHDW** aufgebrochen, wo wir von **Herrn Prof. Dr. Thomas Jensen** freundlich empfangen wurden. Im ersten Teil seines Vortrags erläuterte er uns die Grundlagen und Veränderungen der sozialen Marktwirtschaft in der heutigen Zeit sowie die daraus resultierenden Vor- und Nachteile.

Nach einer kurzen Pause, die wir zur Stärkung unseres leiblichen Wohls nutzen konnten, startete Prof. Dr. Jensen den zweiten Teil seines Vortrags, in dem wir uns mit der Beeinflussung des ökonomischen Handelns durch psychologische Strategien beschäftigten. Durch Tests an uns selbst führte er uns vor Augen, dass auch wir uns von dieser Beeinflussung nicht freisprechen können.



<sup>1</sup> Berichte der Teilnehmer/innen, die unter [www.gildenhaus.de](http://www.gildenhaus.de) als BLOG veröffentlicht wurden.

Danach brachen wir mit dem Bus nach Jöllenbeck zum Unternehmen **BOGE Kompressoren** auf. Nach dem Mittagessen folgte eine Vorstellung der Firma mitsamt ihrer Historie und eine ausführliche Firmenbesichtigung, die ein dualer Student aus dem Unternehmen übernahm. Anschließend erarbeiteten wir interaktiv mit drei Studenten die verschiedenen Ausbildungen und praxisintegrierten Studiengänge, die die Firma BOGE anbietet. Daraufhin bekamen wir die einmalige Gelegenheit, zwei Vertretern der Geschäftsführung persönliche Fragen zu ihrem Arbeitsalltag zu stellen.



Als Tagesabschluss erhielten wir Ratschläge von **Prof. Dr. Elmar Wienecke** zum gesunden Arbeitsalltag und unserer Ernährung, die uns zum Nachdenken anregten.



## 2.Tag

Auch unser zweiter Tag begann mit einem gemeinsamen Frühstück im Jugendgästehaus.

Für den Vormittag stand ein Vortrag in den Räumlichkeiten der Fachhochschule des Mittelstands auf dem Programm. **W. Arndt Bertelsmann, geschäftsführender Gesellschafter der wbv Media GmbH & Co. KG**, gewährte uns einen Einblick in die Unternehmensführung im Zeitalter der Digitalisierung. Wir Teilnehmer lernten hierbei unter anderem die Methode „Barcamp“ kennen, bei der wir Inhalte zum Thema Wirtschaft selbst entwickeln und gestalten konnten.

Im Anschluss besuchten wir die Firma **Miele & Cie. KG** am Standort Gütersloh. Wir starteten mit einer Unternehmensvorstellung durch den PR-Leiter **Cars-ten Prudent**, bei der deutlich wurde, dass das Familienunternehmen nicht nur auf Qualität, sondern auch auf Innovation setzt. Daraufhin brachte uns der Corporate Director **Dr. Stefan Schwinning** den organisationsintensiven Bereich der Logistik näher. In einer Führung durch das neu erbaute Einzelteillogistikzentrum erlebten wir diese Prozesse praktisch.



Um das Teamgefühl zu stärken, besuchten wir am Nachmittag den Kletterpark Bielefeld. Nach einer Sicherheitseinführung bekamen wir die Gelegenheit die Kletterstrecken selbst zu erkunden. Gemeinsam in kleinen Teams gelang es uns Hindernisse, wie beispielsweise den freien Fall, erfolgreich zu bewältigen. Den Tag rundeten wir mit einem Abendessen in der L'Osteria ab. Alle Teilnehmer waren von der Größe der Pizzen überwältigt und so traten wir gestärkt den Heimweg an.



### 3.Tag

Der dritte Tag des diesjährigen ESC startete für uns mit dem **Planspiel „Ökonomikus“**.

**Herr Georg Klapp von der Firma game solutions** führte uns spielerisch in das Unternehmertum ein. Wir bildeten Gruppen, die von nun an die Management-Teams von Firmen simulierten, die Solarpanels herstellten.

In vier Spielrunden durchliefen wir die vier Quartale eines Geschäftsjahres. Hierbei waren wir den typischen Rahmenbedingungen eines Marktes ausgesetzt: Je nach Angebot und Nachfrage erzielten wir für unsere Solarpanels verschiedene Preise, nahmen Kredite auf, kauften und handelten mit Maschinen und Rohstoffen und setzten Schwerpunkte in unserer



Unternehmensführung. Am Ende jedes Quartals wurden unsere Unternehmenskennzahlen miteinander verglichen. Letztendlich ging das Unternehmen „Solar Future“ als Marktführer hervor.

Uns allen hat es sehr gut gefallen die unterschiedlichen Facetten des Unternehmertums auf diese Weise kennen zu lernen.

Nach einer Verschnaufpause bereiteten wir uns auf das anschließende Kamingespräch mit vier Unternehmerpersönlichkeiten vor. **Alexandra Altmann, W. Arndt Bertelsmann, Prof. Dr. Dresselhaus und Dr. René Pankoke** erzählten uns von ihren Unternehmen und ihrem persönlichen Werdegang, während wir im Museumshof Senne beim gemütlichen Beisammensitzen ein Drei-Gänge-Menü genossen. Durch ausführliche Berichte der Unternehmer erfuhren wir viel über wirtschaftliche Zusammenhänge und die Leitung eines Unternehmens.

Besonderes Augenmerk legten wir in den einzelnen Gesprächen darauf, viele persönliche Einblicke in das Geschäftsleben zu gewinnen und so viele nützliche Tipps für unsere weitere Berufslaufbahn aufzunehmen.

Nach einem gelungenen Tag mit vielen neuen Eindrücken machten wir uns müde auf den Weg zum Jugendgästehaus.



## 4.Tag

Der vierte Tag des Sommercamps begann in der G16 Lounge in der Bielefelder Altstadt. Zunächst berichtete **Prof. Bernd Seel** über Startups und Unternehmensgründung. Gemeinsam besprachen wir die Führungsstrukturen eines Unternehmens sowie die verschiedenen Phasen der Unternehmensentwicklung.

Im Anschluss daran berichtete uns **Eyüp Aramaz, Start Up Gründer (FoodTracks)**, von seiner Geschäftsidee und deren Anfängen in der Umsetzung. Herr Aramaz brachte uns sieben Schritte zur Unternehmensgründung in Form einer Präsentation näher. Dazu zählen vorrangig ein guter Businessplan sowie der Umgang mit Misserfolgen, Hindernissen und Rückschlägen.

Nach dem Vormittag in der G16 Lounge machten wir uns mit der Straßenbahn auf den Weg zum Mittagessen bei **Hymmen**. Anschließend erhielten wir einen Unternehmensrundgang in zwei Gruppen von dem geschäftsführenden Gesellschafter **Dr. René Pankoke** und dem kaufmännischen Leiter **Matthias Prieß** erhalten – von den verschiedenen Verwaltungsabteilungen bis zur Montage und weiterer Arbeitsschritte in der großen Produktionshalle.





An den Rundgang durch die in der Bielefelder Innenstadt gelegenen Werkshallen von Hymmen schloss Dr. Pankoke eine umfassende Präsentation seines Unternehmens an. Die Firma wurde bereits im 19. Jahrhundert von seinem Urgroßvater gegründet und ist heute auf den Bau von Digitaldruck- sowie Pressmaschinen für die Möbelbranche spezialisiert. Dr. Pankoke gewährte uns einen spannenden Einblick in das umfangreiche sowie auf den Kunden zugeschnittene Produktportfolio und informierte uns über die Besonderheiten des Projektgeschäftes. Anders als in der Serienproduktion fertigt Hymmen die Maschinen

erst nach der Bestellung durch den Auftraggeber und berücksichtigt dabei dessen höchst individuelle Anforderungen. Eine besondere Herausforderung stellt dabei das Projektcontrolling dar, über das uns Matthias Prieß weitergehend informierte.

Der inhaltliche Tagesabschluss war ein interaktiver Vortrag von Herrn Dr. Michael Negri zum Thema Elemente des Konsumentenverhaltens: wie Werbung uns manipuliert. Dabei haben wir Einflussfaktoren von Marketing wie zum Beispiel soziales Umfeld, Kulturraum aber auch Lifestyle kennengelernt.



Abschließend ließen wir den Abend bei einem gemeinsamen Essen in der Finca und Bar Celona ausklingen.

## 5.Tag

Unser letzter Tag war betitelt mit **Karrieretag**. Herr **Eggers** und Frau **Vegelahn** simulierten hierfür einen Assessment Center. Viel Spaß hat uns der Bau unserer „Flugobjekte“ gemacht. Dabei kam es nicht darauf an, dass die Teile flogen bzw. unversehrt landeten, sondern wie wir uns bei der Erarbeitung unserer Konstruktionen im Team verhalten hatten.

Den Nachmittag konnten wir für die Vorbereitung unserer Abschlusspräsentationen nutzen.



Am Abend ging es - mit gepackten Koffern - zum **Abchlussdinner in die Villa Bozi**. Zu Anfang hielten wir unsere Präsentationen zu den Themen, die wir anfangs des ESC genannt bekommen hatten. Danach erhielt jeder sein Teilnahme-Zertifikat. Nachdem nun jegliche Nervosität abgelegt war, hatten wir einen entspannten letzten Abend, an dem auch einige Referenten und Unternehmer bzw. Unternehmerinnen teilnahmen.



*Der Verein Gildenhaus dankt allen Unterstützern des ESC ganz herzlich!*

*Ein großes Dankeschön gilt auch dem diesjährigen Begleitungs-Team (v.li):  
Tim Kniepkamp, Vicky Wagemann, Katalin Köhler und Michael Fabian.*



## Traditionelles Grünkohlessen – ohne Grünkohl

04.09.2018, Miele Forum, Gütersloh

### Ehregast: Prof. Roland Koch

Vorsitzender des Aufsichtsrates der UBS-Europe SE, Hessischer Ministerpräsident a.D.

## Weltweiter Populismus – kommt die soziale Marktwirtschaft unter die Räder?

Aus terminlichen Gründen fand das traditionelle Grünkohlessen in diesem Jahr bereits im September statt, weshalb es auch keinen Grünkohl gab, stattdessen erwartete die 170 Gäste ein kulinarischer Spaziergang durch die westfälische Küche.

Als Hausherr begrüßte Dr. Stefan Breit die Gäste, im Anschluss dankte Dr. René Pankoke dem Hause Miele für die Gastfreundschaft sowie den weiteren Sponsoren für deren Unterstützung.

Als Gastredner sprach Prof. Roland Koch, Aufsichtsratsvorsitzender der UBS-Europe SE und ehem. hessischer Ministerpräsident, über Populismus, seine Ausprägungen in der Welt und dessen Auswirkungen auf die soziale Marktwirtschaft.



Dr. Stefan Breit, Geschäftsführer Miele & Cie. KG





*Prof. Roland Koch, hessischer Ministerpräsident a.D.*

Populismus sei ein abstrakter Begriff, er sei die emotionale Vertretung einer Meinung und nicht nur negativ besetzt, wie es in der letzten Zeit zu beobachten sei. Konflikte sollten vielmehr transparent gemacht werden, es dürfe gestritten und darüber berichtet werden. Politik solle polarisieren, denn wenn dies zu sehr vernachlässigt wird, führe das zu Radikalismus.

*„Eine Gesellschaft ohne emotionales Engagement für die Verfolgung einer Idee ist eine tote Gesellschaft“.*

Auch sei es falsch, ausschließlich die Politik dafür verantwortlich zu machen, wenn grundlegende Regeln der Demokratie in Frage gestellt werden. Vielmehr gelte es, nach Spuren zu suchen, die dies begründen. Dann wird man auf die gravierenden Veränderungen der heutigen Welt stoßen, wie z.B. die Digitalisierung oder die Migration. Letztere sei ein Gefühlsthema, und wo Gefühle eine Rolle spielen, sind wir schnell wieder beim Populismus.

Auch beim Thema Migration bestimmen die Emotionen alles. Die Menschen fühlten sich in ihrer Sicherheit bedroht, auch wenn es konkret keinen Anlass dazu gebe – es seien eben nur Gefühle. Doch wenn die Politik diese Sicherheit nicht mehr ausstrahlt, könne das zu extremen Stimmungen führen.



Das Phänomen der Angst um Sicherheit fände man übrigens in allen Regierungsformen, Diktaturen beispielsweise könnten dieses Gefühl nur länger unterdrücken, während in einer Demokratie die Regierungen schneller abgewählt würden.

Prof. Koch kam auch auf die Situation in den USA zu sprechen, den Welthandel, mit dem Brexit spannte er den Bogen zurück zu Europa und Deutschland. Deutschland hätte die Aufgabe, Europa weiter mitzugestalten, ohne die Partner zu bevormunden. Die staatlichen Regeln würden zunehmen, denn Deutschland sei ein Meister der Regelung. Für die soziale Marktwirtschaft bedarf es Regeln, man müsse aber auch dafür werben, den Markt laufen zu lassen.

Zukünftig ginge es um Wohlstandserhalt, nicht um Wohlstandsvermehrung. „Wir leben in Wohlstand, weil wir eine demokratische Ordnung haben“, so Prof. Koch.



*„Die soziale Marktwirtschaft ist eine Gesinnung, keine Regel.“*

Die soziale Marktwirtschaft sei jedoch keine Regel, sondern eine Gesinnung, die fest bei dem Großteil Menschen in Deutschland verankert sei.



*Dr. René Pankoke, Vorsitzender Gildenhaus e.V. dankte Prof. Koch herzlich für seinen Besuch und seine Ausführungen beim Gildenhaus.*

Impressionen:





## Gildenhaus Symposium

13.09.2018, Hechelei Bielefeld

### Brauchen wir Zinsen?

Beim diesjährigen Gildenhaus-Symposium, der Veranstaltung für hauptsächlich junge Leute, waren Zinsen das Thema. Niedrigzinspolitik, Negativzinsen – heute scheint es auch ohne Zinsen zu funktionieren. Benötigen wir überhaupt noch Zinsen?

**Prof. Dr. Dirk Loerwald, Universität Oldenburg**

#### **The party is Over! Auswirkungen aktueller Zinspolitik auf Wirtschaft und Gesellschaft**

Prof. Dr. Dirk Loerwald blickte zu Anfang in der Vergangenheit. In der Antike waren Zinsen mit der moralischen Sichtweise nicht vereinbar, auch Martin Luther verurteilte sie als „größtes Unglück der deutschen Nation“. Thomas von Aquin definierte Zinsen als Preis für die Zeit, in der man entliehenes Geld nicht zur Verfügung hat, Zeit zu kaufen sei jedoch Diebstahl.

Heute definieren wir den Zins folgendermaßen:

**Zinsen sind der Preis für die Überlassung des knappen Produktionsfaktors Kapital.**

Darüber hinaus gab Prof. Loerwald einen sehr anschaulichen Überblick über Kreditformen sowie Möglichkeiten und Gefahren von Ver- und Überschuldung.

Knappheit und Preis sind die entscheidenden wechselseitigen Faktoren. Knappe Güter steigen an Wert und umgekehrt. Z.B. Diamanten im Vergleich zu Wasser, oder saisonal begrenzte, also knappe, Lebensmittel wie Spargel. Knappheit schafft Opportunitätskosten, diese lassen sich durch Zinsen begleichen.



## Prof. Dr. Dirk Loerwald, Universität Oldenburg

### Mit dem Dispo in die Disco? Chancen und Risiken von Zinsen für Verbraucher

Nach der traditionellen Currywurst-Pause ging es weiter. Prof. Loerwald erläuterte das Exponentielle Wachstum, wie wir es bei der Zinseszins-Rechnung haben, mit anschaulichen Vergleichen. Die Legende vom Schachbrett und dem Reiskorn ist bekannt. Doch wie oft muss man ein Blatt Papier der Stärke 0,1 mm (wir nehmen an, es gäbe ein derart große Blatt Papier) jeweils zur Hälfte falten, dass der entstehende Papierstapel bis zum Mond (400.000 km) reicht? Gerade 42 mal.

Zum Ende seiner Ausführungen ging Prof. Loerwald noch auf unsere Zinspolitik als Summe aller Maßnahmen der Europäischen Zentralbank ein.

Er stellte die „**Fauna der Zinspolitik**“ vor:

Tauben: Expansive Geldpolitik, niedriger Zins, Ziel: Ankerbeln der Wirtschaft

Falken: Restriktive Geldpolitik, hohe Zinsen, Ziel: Bekämpfung der Inflation

Sparer müssten aufpassen, so Loerwald, dass ein vereinbarter Zins (Nominalzins) nicht durch die Inflationsrate eliminiert bzw. sogar ins Negative rutscht. Denn der Realzins ist die Differenz von Nominalzins und Inflationsrate.



Die Banken erhalten bei der Nullzinspolitik Geld zu 0% Zinsen, also durchaus lukrativ. Der Staat kann seinen Haushalt erfolgreich konsolidieren, sinken doch seine Ausgaben für Kreditzinsen deutlich. So muss man sich fragen, ob die im deutschen Bundeshaushalt erzielte schwarze Null ein wirklicher Erfolg ist oder das Ergebnis der Konsolidierungspolitik.



## Alf Meyer zur Heyde, Deutsche Bank AG, Bielefeld Zinsen, die „stärkste Macht des Universums“

Den dritten Part hatte Alf Meyer zur Heyde, Mitglied der Geschäftsführung Deutsche Bank AG, Bielefeld. Er brachte den Gästen die Zinsen als Steuerungsinstrument in der Fiskalpolitik näher. Niedrigzinspolitik sei das ideale Instrument zum Abbau der Staatsschulden, um mehr als 70 Mrd. Euro würde der öffentliche Haushalt dadurch jährlich entlastet.

Auf die Frage, ob sich sparen denn überhaupt noch lohne, gibt Herr Meyer zur Heyde eine klare Antwort. Ja, durchaus, hierbei sei jedoch die Zeitdauer entscheidend. Langfristiges Investieren in Aktienfonds ist mit einer durchschnittlichen Rendite von 8% auch heute lukrativ. Er ermunterte das überwiegend junge Publikum zum frühzeitigen Sparen, so könne der Faktor Zeit für sie arbeiten.



Dr. René Pankoke, Vorsitzender des Gildenhaus e.V., moderierte die anschließende Fragerunde und dankte den Gastrednern sehr herzlich für Ihre Ausführungen.



## GenerationenTalk

19.11.2018, Ravensberger Park, Hechelei

## Unternehmer erzählen ihre Geschichte

Was im vergangenen Jahr mit der Goldbeck-Lecture begann, wurde in diesem Jahr unter dem neuen Veranstaltungstitel „GenerationenTalk“ fortgesetzt. Mit diesem Namen wird das Format nun „in Serie“ gehen.

Dieses Jahr waren Fritz-Wilhelm und Thilo C. Pahl von der Bette GmbH & Co.KG zu Gast und erzählten ihre Geschichte. Dr. René Pankoke begrüßte die Gäste und hob die Bedeutung der Familienunternehmen in der Region hervor und wie schwierig die Regelung der Unternehmensnachfolge sein kann.



**Fritz-Wilhelm Pahl** begann seine Ausführungen mit einem Dankeschön ans Publikum für deren investierte Zeit, seine Geschichte zu hören. Bereits als Jugendlicher war er häufig zu Gast bei der Familie Schlichterle und lauschte gerne den Erzählungen des Firmengründers. Sein beruflicher Weg führte ihn zum Studium nach München (Physik und Maschinenbau) und danach zur Kraus Maffei AG.





*„Man muss auch die Gene fürs Unternehmertum haben“.*

1973 starb Günther Schlichterle überraschend, seine Gattin übernahm die Firmenleitung und bat Fritz-Wilhelm Pahl um Rat: das Unternehmen war hochverschuldet, die Banken forderten einen externen Geschäftsführer. Auf dessen Rat entschied man sich gegen diese Forderung und F.-W. Pahl arbeite neben seiner Tätigkeit in München als Berater für Bette. Hier wuchs der Wunsch, selbst Unternehmer zu werden und die Bette-Gesellschafter stiegen auf seinen Vorschlag ein, mit 50% der Firmenanteile Partner im Unternehmen zu werden.

Vor dieser Entscheidung holte er sich von zwei Personen Rat, war dieser Schritt wegen der finanziellen Misere bei notwendigen Investitionen einer neuen Fabrik keine einfache: Sein Schwiegervater meinte, eine Firma in Schieflage und das noch in Delbrück – das könne er seiner Tochter nicht antun. „Das war fast schon ein K.O.-Kriterium“. Ein Vorstandsmitglied und Freund bei der deutschen Bank riet: „Mach´ es, **baue die Fabrik und wenn Du dann deren Wand berührst, wirst Du ein Glücksgefühl erleben**, wie ich es als Bankvorstand nie erfahren werde.

So stieg F.-W. Pahl ein, kämpfte um Kredite und Bürgschaften und arbeite das Unternehmen langsam aus der Krise. Er setzte neue Gesellschaftsverträge durch, die jegliche Ausschüttung von Dividenden an die Familien untersagte:

„Die Interessen der Firma stehen über den Konsumwünschen der Familie“, war sein Credo.

Eine weitere Neuerung war die Reduzierung auf wenige Gesellschafter: einer aus der Familie Pahl, einer aus den Familien Bette/Schlichterle. Mit ihm und dem Sohn des Firmengründers Schlichterle standen nun nur noch zwei Personen an der Spitze. Doch das Miteinander war schwierig. Für die wichtigen Entscheidungen gab es keinen Konsens, so dass der Partner in den Beirat wechselte und F.-W. Pahl alleiniger Firmenlenker wurde.

Neben der finanziellen Situation herrschte auch ein übermäßig harter Wettbewerb. „Wir konzentrierten uns beim Produktportfolio auf die Produkte, die niemand besser kann in der Welt als wir“, so Pahl. Als Spezialist für Badobjekte mit glasiertem Stahl sowie einer eigens entwickelten Installationstechnik für die Schnittstelle zum Gebäude kam der Erfolg. Mann schaffte den Weg aus den Schulden, „heute stehen die Positionen der Banken auf der anderen Seite der Bilanz“, so F.-W. Pahl.



Als sich die Frage nach der Unternehmensnachfolge stellte, berieten sich die Pahls mit ihren drei Kindern. Nur einer konnte Nachfolger/in werden. „Neben einer geeigneten Ausbildung muss man auch die Gene zum Unternehmertum haben“, weiß F.-W. Pahl. So entschied die Familie gemeinsam und übereinstimmend, dass Thilo das Unternehmen weiterführen sollte. Die Geschwister sind stille Gesellschafter.

**Thilo Pahl** absolvierte auf Anraten des Vaters zur Vorbereitung auf seine zukünftige Aufgabe eine technische Ausbildung bei Miele. Dann ging's zum Maschinenbaustudium nach Aachen und Boston. Die anschließende Tätigkeit bei einer Installationsfirma war eine perfekte Grundlage für die Entwicklung eigener Installationssysteme bei Bette.

*„Das Wohlwollen meines Vaters mir gegenüber ist sehr groß.“*

Im Jahr 2011 trat er in die Firma ein, zwei Jahre wollten sie gemeinsam agieren, im ersten Jahr war der Senior der Chef, im zweiten der Junior. Danach sollte einer gehen, im besten Fall der Vater. So kam es auch, F.-W. Pahl zog sich zurück. „Im geschäftlichen Umfeld konnte keiner glauben, dass er sich wirklich raushält“, erzählt Thilo Pahl, „doch mein Vater ist ein sehr konsequenter Mensch und ließ mich machen. Auch wenn nicht alles rund lief, mischte er sich nicht ein. Da war allen klar: der Generationenwechsel ist vollzogen.“ Dank des Vaters sei die Unternehmensspitze breit aufgestellt. „Die Aufgaben sind gut verteilt, so muss ich nicht für alles gefragt werden“, schmunzelt Thilo Pahl.

Heute ist der Vater Mitglied im Beirat, hat noch sein Büro in der Firma, und immer ein offenes Ohr, greift aber nicht ins Geschehen ein. Thilo Pahl: „Mit meinem Vater haben wir heute einen Berater an der Seite, der nichts kostet, der nur redet, wenn er gefragt wird und der keine Folgeaufträge sucht – ein optimales Modell“.



## Neue Mitglieder 2018:

Wir begrüßen im Jahr 2018 folgende neue Mitgliedsunternehmen:



Adeco Türfüllungstechnik GmbH



Altmann GmbH



Baden-Württembergische Bank



HLB Dr. Stückmann und Partner mbB



Dr. Anne Kitsch



Dr. Kurt Wolff GmbH & Co. KG

Dr. Lerdo Consulting

## Das Gildenhaus in der Presse 2018

# Unternehmen kämpfen gegen Cyberkriminelle

**IT-Sicherheit:** Experten raten, den Ernstfall zu üben und das Personal gut zu schulen

Von Yvonne Glandien

■ **Bielefeld.** Es beginnt mit einer E-Mail. Ein Vertrauensausdruck an den Mitarbeiter, eine dringende Bitte aus der Chefetage: Geld muss auf ein Auslandskonto überwiesen werden – und zwar so schnell wie möglich. Was klingt wie aus einem Film, findet tatsächlich in mittelständischen Unternehmen statt. Dahinter steckt in den seltensten Fällen ein echter Auftrag aus der eigenen Firma. Professionelle Betrüger bedienen sich der Mittel moderner Technik für den sogenannten „CEO-Fraud“, den Chefbetrug.

Das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) ist vorbereitet für Fälle aller Art. Stefan Becker, Leiter des Referats für „Cybersicherheit für die Wirtschaft“, erklärte bei einer Veranstaltung in Bielefeld, wie Täter Schwachstellen in der Unternehmenssicherheit finden. „Versetzen Sie sich in die Lage des Täters“, forderte er das Publikum auf. Solch ein Perspektivwechsel helfe, zu erkennen, wo Probleme bestehen. Diesen Aspekt hatte sein Vorredner Christian Vogt, Bereichs-

leiter Konzernsicherheit und Konzerndatenschutz für den Landmaschinenkonzern Claas, ebenfalls bestätigt. In der Claas-Gruppe setze man darauf, den Ernstfall zu üben und Mitarbeiter ständig zu schulen. Vogt wies darauf hin, dass sich Cyberkriminalität nicht auf Unternehmen beschränkt: „Alle Lebensbereiche sind betroffen.“ So böten gerade das Internet der Dinge, Smarthomes oder gesteuerte Autos Angriffsflächen für Hacker.

Auf Einladung des Vereins Gildenhaus sprachen die beiden Sicherheits-Experten sowie Nicole Weyerstall, Vorsitzende der Geschäftsleitung der Schuster Versicherungsmakler GmbH Bielefeld, vor dem Fachpublikum aus OWL. Moderiert wurde der Abend von Peter Zawilla, der sich mit seiner Firma FMA Fraud & Compliance Management Services für die Prävention und Aufdeckung wirtschaftskrimineller Handlungen einsetzt.

Seit dieser Woche kooperiert das Land NRW mit dem BSI und ist in der Allianz für Cybersicherheit vertreten. So sollen Behörden und Unternehmen besser vor Cyberangriffen geschützt werden.



23.02.2018 *Neue Westfälische, Wirtschaft*

# Dr. Oetker drückt aufs Tempo

**Strategie:** Beim traditionellen Spargelessen des Vereins Gildenhaus erklärt Konzernchef Christmann, wie er mit alten Gewohnheiten des Unternehmens bricht

Von Martin Krause

■ Bielefeld. Wer bisher vielleicht gedacht hat, Dr. Oetker sei in erster Linie ein traditionsbewusstes Unternehmen, dass sich nur vorsichtig und eher bedächtig weiterentwickelt, muss umdenken. Albert Christmann, seit 2017 der erste Mann im Oetker-Management, wiederholte es vor Spitzenleuten der ostwestfälischen Wirtschaft immer wieder: „Sie müssen schnell sein“, sagte er als Gastredner beim Spargelessen des Wirtschafts- und Weiterbildungsvereins Gildenhaus in Bielefeld. Um dem wachsenden Wettbewerbsdruck durch die Digitalisierung zu begegnen, will er keine Zeit verplempern – und andere Firmen, so die Botschaft, sollten es ihm nachtun.

In einem anspruchsvollen Schnelldurchgang erklärte Christmann, wieso gerade in seiner Branche der Druck wachse: Weil junge Menschen heute oft neuen Marken den Vorzug geben, die sie für innovativer halten. Weil das Internet für direkte Kontakte und Transparenz Sorge und so das Wachstum kleinerer Unternehmen begünstige. Weil Onlinehändler vom Schlage Amazons oder Alibabas künftig weniger auf Kosten von Discountern wachsen werden (die ihre Kundschaft vor allem über den Preis finden) als auf Kosten traditioneller Händler – die daher mit zusätzlichem Preisdruck auf Hersteller von Lebensmitteln und Konsumgütern reagierten. Der Preiskampf von Edeka und Nestlé sei schon ein Vorbote der Entwicklung.

Dr. Oetker reagiere auf vielfältige Weise und breche zum Teil auch mit hergebrachten Regeln, so Christmann: Un-



**Ehrengast in der Goldbeck-Zentrale:** Gildenhaus-Vorsitzender René Pankoke (v.l.) und Vereins-Geschäftsführerin Kerstin Weißinger mit Albert Christmann und Gastgeber Jörg-Uwe Goldbeck. FOTO: SARAH JONHEX

verändert sei zwar das Streben nach Marktführerschaft und Qualität. Aber das Unternehmen müsse mehr zu Kooperationen bereit sein, um neue Kompetenzen zu erwerben. Bei Beteiligungen müsse nicht unbedingt immer die Anteilsmehrheit erworben werden. Und bei Lebensmitteln werde Oetker künftig nicht allein auf die Marke Dr. Oetker setzen.

Als Vorreiter der Entwick-

lung – etwa für jene Smart-Shops, in denen die Kunden von der Produktsuche bis zum Bezahlen fast alles mit dem Smartphone erledigen – sieht Christmann heute eher China als die USA. In China gebe es heute schon die digitalen Einzelhandelsformen, die früher oder später auch Europa erobern werden. „Man gewöhnt sich daran, wie an das Online-Banking“, glaubt Christmann.

## Oetker-Chef

◆ Albert Christmann ist seit 2017 Chef der Dr. Oetker Nahrungsmittel KG und Vertreter der Lebensmittelsparte in der Konzern-Holding. Diplom-Kaufmann Christmann (55), gebürtig aus Alzey, ist seit 1991 bei Dr. Oetker.

# Genuss und Konsum

## 200 Gäste beim Gildenhause Spargelessen

**Bielefeld** (pan). Schon seit 51 Jahren gehört der Genuss des »weißen Goldes« fest zum Programm des Gildenhauses. Jetzt hat der Verein wieder zum traditionellen Spargelessen in die Firma Goldbeck eingeladen, wo 200 Gäste aus Wirtschaft, Gesellschaft und Politik nicht nur gemeinsam dinierten, sondern regen Gedankenaustausch betrieben.

Der Verein Gildenhause wurde bereits 1920 von Bielefelder Unternehmern gegründet, um in den Wirren der Nachkriegszeit Kenntnisse und Erkenntnisse über das freie Unternehmertum, das Privatigentum und die Marktwirtschaft zu sammeln, durch Veröffentlichungen und Vorträge in der Wirt-

schaft und Öffentlichkeit zu verbreiten und seine Mitglieder über diese Ziele zu beraten und zu unterrichten. Auch heute hat die Arbeit des Vereins noch immer ihren inhaltlichen Schwerpunkt in den Bereichen Bildung und Ausbildung, Reform der sozialen Sicherungssysteme, Unternehmensethik und soziale Marktwirtschaft.

Zum Spargelessen konnten die Veranstalter Dr. Albert Christmann von der Dr. August Oetker KG als Gastredner begrüßen. In seinem Vortrag »Wie relevante ‚Consumer Needs‘ die Welt verändern« ging er auf die neuen Herausforderungen für seine, aber auch für andere Firmen ein, die sich aus dem sich vor allem durch

Digitalisierung verändernden Markt ergeben. Ausgehend von verschiedenen Megatrends zeigte Christmann das veränderte Verbraucherverhalten und den Konsumentenwunsch nach neuen Marken auf und sprach über Wettbewerbsstrategien. »Digitales Marketing gewinnt an Stellenwert, aber eine klassische Werbung funktioniert noch. Man muss beides machen, damit man sein Ziel erreicht«, sagte der Konzernchef. Der Druck steige, und die Veränderungsgeschwindigkeit werde schneller. Immer mehr kleine Firmen, expandierende Discounter und der gesamte eCommerce-Sektor machten ein Umdenken bei traditionellen Unternehmen nötig.



Zum 51. Gildenhause-Spargelessen begrüßten (von links) Dr. René Pankoke (Vorsitzender Gildenhause) und Kerstin Weißinger (Gesellschaftsführerin Gildenhause) Gastredner Dr. Albert Christmann (Dr. August Oetker KG) gemeinsam mit Gastgeber Jörg-Uwe Goldbeck (Goldbeck Bauelemente GmbH). Foto: Kerstin Panhorst

07.06.2018 Westfalenblatt, Lokales



Andreas Freitag (l.), Bankhaus Lampe, und Sven Roebing, Goldbeck-Bau



Rene Pankoke, Albert Christmann, und Jörg-Uwe Goldbeck (v. l.)

## Bielefeld

Der Bielefelder Unternehmerverein Gildehaus bat zum traditionellen Spargelessen. Gastredner diesmal: Albert Christmann, persönlich haftender Gesellschafter des Bielefelder Nahrungsmittelriesen Oetker. Er sprach über veränderte Konsumgewohnheiten, etwa darüber, dass junge Menschen verstärkt auf neue Marken stehen.



Ricarda und Heinrich Osthus



Susanne Schaefer-Dieterle (l.), Nicole Seidensticker-Delius



Martin Wilde (l.), Deutsche Bank, und Hans-Jürgen Stricker, Commerzbank

17.06.2018 Welt am Sonntag, NRW

# Gildenhaus erwartet Roland Koch zum Vortrag

Mitgliederversammlung bestätigt René Pankoke und Rudolf Delius im Vorstand

**Bielefeld (WB).** Der Vorstand des Vereins Gildenhaus hat neue Mitglieder. Verstärkung bekommen Dr. René Pankoke, der Vorsitzende des Vereins, und sein Stellvertreter, Rudolf Delius, unter anderem durch Uwe Heimers, den neuen Leiter der Bielefelder Siemens-Niederlassung, und Dr. Franz-Josef Lerdo sowie Matthias Schauch von der Bankhaus Lampe KG.

Die Mitgliederversammlung von Gildenhaus hatte zuvor Pankoke von der Hymmen GmbH, Maschinen- und Anlagenbau, ebenso bestätigt wie Delius, geschäftsführender Gesellschafter der Delius GmbH. Wiedergewählt wurde auch Uwe Hadel, Der Direktor der Deutschen Bank in Bielefeld ist

Schatzmeister des Gildenhaus. Im Vorstand bestätigt wurden Hans Beckhoff (Beckhoff Automation GmbH & Co. KG), Prof. Dieter Dresselhaus (Holter Regelarmaturen GmbH & Co. KG) und Sabine Kumlehn (Miele & Cie. KG). Anke Gudehus (Arbeitgeberverband) ist Kraft ihres Amtes Vorstandsmitglied.

Der 1920 gegründete Verein Gildenhaus hat es sich zum Ziel gesetzt, Themen der sozialen Marktwirtschaft und des Unternehmertums nach außen zu tragen. Zielpersonen sind hier neben den Unternehmern insbesondere Führungskräfte der weiteren gesellschaftlichen Gruppen wie Wissenschaft, Gesundheitswesen, Lehre, Verwaltung, Kirche und viele mehr. Mit speziellen Veranstaltungen

gen für Jugendliche sollen auch bei jungen Menschen Verständnis und Interesse für wirtschaftliche Themen gefördert oder geweckt werden. Hierzu startet in Kürze wieder das Economic Summer Camp, bei dem 20 Schüler eine Woche ein buntes Programm aus Vorträgen, Firmenbesuchen und Workshops erleben.

Die nächste große Veranstaltung wird am 4. September das Grünkoblessen sein. Als Gastredner wird Prof. Roland Koch erwartet, Vorsitzender des Aufsichtsrats der UBS-Europa SE sowie ehemaliger hessischer Ministerpräsident. Er wird zu dem Thema sprechen ob durch den weltweiten Populismus die soziale Marktwirtschaft unter die Räder kommt.



Der Gildenhaus Vorstand (von links): Uwe Hadel, Rudolf Delius, Dr. Franz-Josef Lerdo, Vorsitzender Dr. René Pankoke, Matthias Schauch, Uwe Heimers und Anke Gudehus.

18.07.2018 Neue Westfälische, Wirtschaft



**René Pankoke**, Chef der Hymmen GmbH, ist als Vorsitzender des Gildenhaus Vereins bestätigt worden. Rudolf Delius (Delius GmbH) bleibt sein Stellvertreter. Neu im Vorstand sind Uwe Heimers, Leiter der Niederlassung Bielefeld der Siemens AG, Franz-Josef Lerdo, Lerdo Consulting, und Matthias Schauch, Bankhaus Lampe. FOTO: GILDENHAUS

## Gildenhaus wählt Vorstand

**Bielefeld (WB).** René Pankoke (Hymmen) bleibt Vorsitzender des Unternehmervereins Gildenhaus, Rudolf Delius (Delius GmbH) sein Stellvertreter. Neu im Vorstand sind Uwe Heimers (Leiter Siemens-Niederlassung Bielefeld), Franz-Josef Lerdo und Matthias Schauch vom Bankhaus Lampe. Ferner gehören dem Vorstand an: Uwe Hadel als Schatzmeister (Deutsche Bank), Hans Beckhoff (Beckhoff Automation), Dieter Dresselhaus (Holter Regelarmaturen), Sabine Kumlehn (Miele) und Anke Gudehus vom Arbeitgeberverband.



René Pankoke

18.07.2018 Westfalenblatt, Lokales




Kerstin Weißinger

## Economic Summer Camp 2018

## Jugend und Wirtschaft

„Wir wollen das Interesse für Wirtschaft wecken und zwar jenseits von trockener Theorie“, erklärt Kerstin Weißinger vom Gildenhause e.V. Die Möglichkeit in wirtschaftliche Themen einzutauchen, bietet der Verein Jugendlichen seit Jahren mit dem Economic Summer Camp (ESC). Auch in diesem Jahr dürfen sich 20 TeilnehmerInnen zum Ende der Sommerferien vom 19. bis 24.8. auf eine spannende Woche mit einem bunten Programm freuen. Bis zum 28. Februar können sich Schülerinnen der 10. bis 12. Klassen online für das diesjährige ESC bewerben.

Interessante Vorträge, Firmenbesuche, Gespräche mit gestandenen Unternehmerpersönlichkeiten und Gründern, Einblicke in die Founders Foundation, Workshops, Diskussionen und jede Menge Spaß stehen auf dem Programm. Mit dem ESC, das vom Verein Gildenhause initiiert und finanziert wird, erhalten Jugendliche die Chance, Wissen über Wirtschaftszusammenhänge zu erwerben und sich über Ausbildungs- und Einstiegsmöglichkeiten in der Wirtschaft zu informieren. Angesprochen werden mit dem ESC wirtschaftsinteressierte Schülerinnen aus Gesamtschulen, Gymnasien und Berufskollegs, die das Wirtschaftsgeschehen mal ganz aus der Nähe betrachten wollen. „Neben Vorträgen und anderen Veranstaltungen, die wir als Verein organisieren, liegen uns Jugendliche besonders am Herzen. Für das ESC setzen wir aber kein wirtschaftliches Grund- oder Fachwissen voraus“, erklärt Kerstin Weißinger mit Blick auf die Bewerber. Vielmehr ist das Ziel des ESC Input zum Durchstarten zu liefern und die Möglichkeit Kontakte zu knüpfen. Die Gelegenheit dazu bieten Betriebsführungen, aber

auch Gespräche mit Unternehmerpersönlichkeiten. Denn neben Vorlesungen und Vorträgen, die in Kooperation mit der Fachhochschule des Mittelstands (FHM) und der Fachhochschule der Wirtschaft (FHW) stattfinden, bietet das ESC ausreichend Raum für den direkten Austausch. „In den letzten Jahren gab es beispielsweise Werksführungen bei Goldbeck, Miele oder Boge“, so Kerstin Weißinger. „Und beim traditionellen Kamingespräch mit Unternehmerpersönlichkeiten aus Bielefeld kann man sich der Ökonomie auf sehr lebendige Weise nähern.“ Um am ESC teilnehmen zu können, müssen sich interessierte SchülerInnen bewerben. Diejenigen, die in die engere Auswahl kommen, werden zu einem Gespräch und einem Mini-Assessment-Center eingeladen. „Wir haben 20 Plätze zu vergeben, das heißt wir müssen eine Auswahl treffen“, erklärt Kerstin Weißinger. „Auch, wenn wir am liebsten alle BewerberInnen nehmen würden. Gern sehen wir im Lebenslauf beispielsweise soziales Engagement sowie ein grundsätzliches Interesse für wirtschaftliche Themen.“

Steht das 20-köpfige ESC-Team fest, steht ihnen während der Camp-Woche vieles offen. Neben einem kleinen Einblick in die Unternehmen selbst, werben diese nämlich auch als potentielle Arbeitgeber für sich – von der Möglichkeit eines Praktikums bis hin zum dualen Studium. Ein positives Beispiel für die nachhaltige Wirkung des ESC ist für die Gildenhause-Geschäftsführerin Kerstin Weißinger Carina Lohde. „Sowohl das ESC als auch die Veranstaltungen danach haben mich dazu bewegt, mich beruflich Richtung Wirtschaft zu orientieren. Durch das Camp konnte ich wirtschaftliche Zusammenhänge besser verstehen, habe tolle Menschen kennengelernt und ein Netzwerk aufbauen können, das bis heute hält“, unterstreicht die Bielefelderin, die vor sechs Jahren am ESC teilnahm.

Wichtige Akteure aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft zusammenzuführen, ist dem Verein, der bereits 1920 von Bielefelder Unternehmern gegründet wurde und seitdem über Wirtschaftsthemen und das freie Unternehmertum informiert, ein Anliegen. „Je nach Veranstaltungsreihe variieren die Zielgruppe und die Themen“, erklärt die Geschäftsführerin. Und so richtet sich der Verein mit seinen Veranstaltungen nicht nur an seine Mitglieder und die Vertreter der Wirtschaft, sondern an alle gesellschaftlichen Gruppen. „Wir wenden uns auch an Vertreter der Kirchen, der Schulen und Hochschulen, der Sozialpartner, der karitativen und sozialen Einrichtungen, von Kultur und Sport und decken viele andere Lebensbereiche ab“, unterstreicht Kerstin Weißinger die vielfältigen Aktivitäten auf unterschiedlichen Ebenen. Mit dem ESC holt der Verein seit Jahren gezielt SchülerInnen mit praxisorientierten wie aktuellen Themen ab, die sich auf dem Sprung ins Studium oder Berufsleben befinden. „Wir konzentrieren uns mit dem Format auf die Bereiche Bildung und Ausbildung“, so Kerstin Weißinger. Unterschiedliche Bausteine wie ein Karrieretag, Gespräche mit Unternehmensgründern oder eine Kompetenz-Analyse eröffnen dabei neue Blickwinkel und Perspektiven. „Während des ESCs hatte ich die Möglichkeit, einen facettenreichen Einblick in die Wirtschaftswelt zu erhalten, der insbesondere durch seinen hohen praktischen Anteil in der Schule niemals zu erreichen wäre. Ich habe höchst interessante Inhalte gelernt und neue Kontakte mit engagierten Gleichaltrigen sowie Menschen aus der Branche knüpfen können“, betont Jan Philipp Spanhofer, der im letzten Jahr beim ESC dabei war. „Wir wollen Jugendliche mit Themen der sozialen Marktwirtschaft bewegen und begeistern; an Schulen stehen diese Themen eher selten im Fokus“, unterstreicht Kerstin Weißinger. „Vor diesem Hintergrund ist vor vielen Jahren die Idee des Camps entstanden.“ (C.B.)

Economic Summer Camp 2018  
19. bis 24.8.2018  
Infos und Bewerbung: [www.gildenhause.de](http://www.gildenhause.de)

Foto: Corinna Beckermann, Promotion

## Gildenhaus lädt Jugendliche zum Economic Summer Camp ein

■ **Bielefeld (nw).** Der Gildenhaus-Verein bietet für Jugendliche vom 19. bis 24. August wieder das Economic Summer Camp an. Wirtschaftsinteressierte Schülerinnen und Schüler der Klassen 10 bis 12 erleben dann einen Mix aus Theorie, Praxis und Freizeit.

Das Programm besteht aus Vorträgen, Betriebsbesichtigungen, Workshops und Gesprächen mit Unternehmern, Bankmanagern und Geschäftsführern. In Zusammenarbeit mit der Fachhochschule der

Wirtschaft und der Fachhochschule des Mittelstands sowie zahlreicher Unternehmen erfahren die Teilnehmer viel über wirtschaftliche Zusammenhänge und Unternehmertum, aber auch über Bewerbungsstrategien und Erkenntnisse der eigenen Persönlichkeit. Kosten für Verpflegung und Übernachtung übernimmt der Gildenhaus-Verein.

Weitere Infos unter [www.gildenhaus.de](http://www.gildenhaus.de). Bewerbungen sind bis zum 28. Februar online möglich.

17.01.2018 *Neue Westfälische, Wirtschaft*

## Wirtschafts-Bootcamp macht Halt in Bielefeld

**Einwöchige Schulung:** Der Verein Gildenhaus stellt im „Economic Summer Camp“ 20 ausgewählten jungen Leuten die heimische Wirtschaft vor. Beim Maschinenbauer Hymmen ist die Manipulation durch Werbung Thema

Von Jan Ahlers

■ **Bielefeld.** Der Verein Gildenhaus stellt sich aktuell zum bereits neunten Mal einem ambitionierten Plan: junge Menschen in nur einer Woche für das weite und wachsende Feld der Wirtschaft zu begeistern. 20 Elf- und Zwölfklässler, aber auch Abiturienten erhalten in dieser Woche im „Economic Summer Camp“ einen Einblick in hiesige Unternehmen.

„Wir haben eine gute Truppe beisammen“, sagt Gildenhaus-Geschäftsführerin Kerstin Weißinger in den Räumen des Bielefelder Maschinenbauers Hymmen. Gerade haben die Schüler den Betrieb im Bielefelder Nordwesten erkundet, dann hält FHM-Dozent Michael Negri einen Vortrag

über den manipulierenden Einfluss von Werbung. „Ein etwas ungewöhnlicher Beitrag“, sagt Weißinger. Es sei eine willkommene Abwechslung, nachdem im Verlauf der Woche schon Besuche bei Miele und Boge Kompressoren, ein Kamingespräch mit namhaften Wirtschaftsvertretern und ein

ökonomisches Planspiel anstanden.

Für das fünftägige Briefing, das Gildenhaus schon seit 2010 in den Sommerferien veranstaltet, werden für den Nachwuchs keine Kosten fällig. Es ist eine Art Mini-Stipendium, für das jährlich ab Januar die Bewerbungsphase beginnt.

Weißinger erklärt: „Jeder, der teilnehmen will, muss erst einen Fragebogen ausfüllen und anschließend ein kleines Assessment-Center durchlaufen.“ Nur wer überzeugt, hat Chancen auf die begehrten Plätze, um die sich Teenager aus ganz Ostwestfalen bewerben.

Michael Negris Vortrag stößt auf großes Interesse – von Werbung ist jeder schon einmal beeinflusst worden. „Wir werden manipuliert, ohne es zu wissen“, sagt der FHM-Professor. Erfolgreiche Werbepsychologie zielt darauf ab, das Gehirn bei entscheidenden Kaufdeterminanten zu täuschen: Borussia Dortmund erzeuge mit dem Slogan „Echte Liebe“ eine emotionale Bindung, Bierproduzent Krombacher mit seinem bekannten Werbespot inmitten einer Seenlandschaft ein Gefühl besonderer Natürlichkeit, das unbewusst auf den Biergenuss übertragen wird. Auch soziale und kulturelle Determinanten seien wichtig. Wichtige Rollen spielten der persönliche Einbezug, Meinungsführer im Umfeld und der eigene Status.

### Economic Summer Camp

- ◆ Das „Economic Summer Camp“ wird jährlich in den Sommerferien vom Verein Gildenhaus durchgeführt. Er richtet sich an Schüler der 10. bis 12. Klasse.
- ◆ Diese werden eingeladen, in wirtschaftliche Themen einzutauchen, Betriebe kennenzulernen und Kontakte zu knüpfen.
- ◆ Der Verein Gildenhaus setzt sich für die Erhaltung der sozialen Marktwirtschaft ein.
- ◆ Er hat sich außerdem der Nachwuchsförderung in der ostwestfälischen Wirtschaft verschrieben.
- ◆ Hymmen-Chef René Pankoke ist gleichzeitig auch Vorsitzender des Vereins.



Experte für Werbung: Michael Negri. FOTO: FHM

24.08.2018 *Neue Westfälische, Wirtschaft*



Ricarda Fleer (kaufmännische Geschäftsführerin) und Thorsten Meier (Geschäftsführer) zeigen den Teilnehmern die Produktion Foto: Starke

## Wirtschaft entdecken

20 Teilnehmer beim Economic Summer Camp des Gildenhaus-Vereins

■ Von Hendrik Uffmann

Jöllenbeck (WB). Eigentlich könnte Jana Gietman in dieser Woche einfach ihre Freizeit genießen. Statt dessen lernt sie Unternehmen kennen, trifft in einem Planspiel selbst unternehmerische Entscheidungen und spricht mit Geschäftsführern. Die 16-jährige macht mit beim Gildenhaus Economic Summer Camp.

Damit gehört sie zu den 20 Teilnehmern, die nach dem Kennenlernabend am Sonntag in dieser Woche ein straffes und anspruchsvolles Programm absolvieren, bei dem es unter anderem um soziale Marktwirtschaft, die Zusammenhänge zwischen Psy-

chologie und Ökonomie, Wirtschaft und Sport und die Unternehmensführung im Zeitalter der Digitalisierung geht und bei dem die Schüler aus den Klassen elf und zwölf sowie Abiturienten auch die Endmontage bei Miele und den Maschinen- und Anlagenbauer Hymmen erkunden.

Erste Station am Montag war die Firma Boge Kompressoren in Jöllenbeck, wo sich Geschäftsführer Thorsten Meier und die kaufmännische Geschäftsführerin Ricarda Fleer persönlich Zeit nahmen für die Gruppe des Economic Summer Camps. »Wir wollen die Jugendlichen an die Unternehmen heranführen und bei uns natürlich für den Maschinenbau und den Mittelstand begeistern«, erklärte Meier. »Außerdem habe ich als Lehrling selbst die Erfahrung gemacht, wie wertvoll es ist, Fragen

stellen zu können.«

Zum 9. Mal veranstaltet der Gildenhaus-Verein das Economic Summer Camp. Mitmachen können in jedem Jahr 20 Jugendliche aus Bielefeld und der Region, die in einem Bewerbungsverfahren ausgewählt werden. Ziel sei es, den Jugendlichen das Thema Wirtschaft näher zu bringen. »Sie sollen einen möglichst vielfältigen Einblick bekommen und sich orientieren können, welche Berufsperspektiven für sie in Frage kommen. Und die Unternehmen beklagen immer wieder, dass an Schulen das Thema Wirtschaft zu wenig behandelt wird«, erläutert Kerstin Weißinger, Geschäftsführerin des Vereins Gildenhaus.

Jana Gietman hat in diesem Jahr am Ceclliengymnasium ihr Abitur gemacht, von dem Economic Summer Camp hat sie über andere

Mitglieder der Jungen Union erfahren, in der sie aktiv ist. »Ich möchte mein Wissen über Wirtschaft erweitern. Und ich finde es spannend, andere kennenzulernen, die sich auch dafür interessieren«, erklärt die 16-jährige, warum sie mitmacht. Bei Boge Kompressoren sei es interessant, gleich von zwei Seiten Informationen zu erhalten – von Absolventen dualer Studiengänge ebenso wie von der Geschäftsleitung. »Außerdem freue ich mich besonders auf das Planspiel.«

Während die diesjährigen Teilnehmer gerade erst in das Summer Camp gestartet sind, laufen bereits die Vorbereitungen für das kommende Jahr. Die Bewerbungsfrist dafür startet im Januar, Informationen gibt es unter



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

# Grünkohl mit dem Schwarzen

**Umstritten:** Roland Koch fiel als Politiker durch rechtskonservative Äußerungen auf, als Unternehmer ist er gescheitert. Jetzt darf er in Bielefeld über Populismus sprechen

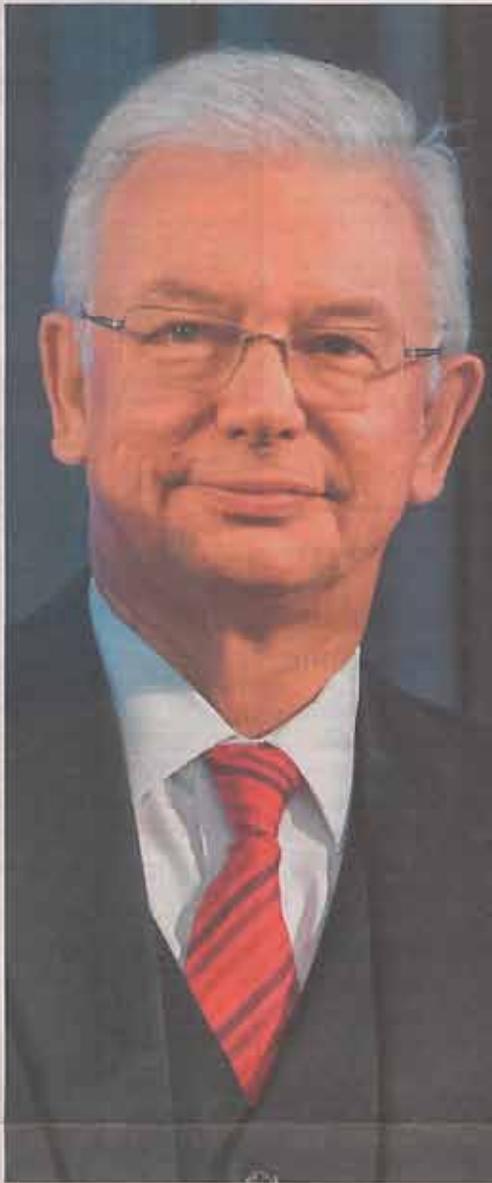
Von Miriam Scharlötke

■ **Bielefeld.** Der Verein Gildenhaus kann auf eine lange Tradition zurückblicken. Seit 1920 bringt er Bielefelder Unternehmer zusammen. Dabei wird immer wieder auch über die politischen Einflüsse auf die Wirtschaft gesprochen. Ehrtengast in diesem Jahr ist Roland Koch, ehemaliger Ministerpräsident von Hessen (CDU), Ex-Vorstandsvorsitzender des Baukonzerns Bilfinger und aktuell der Korruption verdächtigt. Er soll am Dienstagabend über das Thema „Weltweiter Populismus – kommt die soziale Marktwirtschaft unter die Räder?“ sprechen. Der Vorstand des Gildenhaus-Vereins sieht in der Auswahl trotz der Vorwürfe gegen seinen Gastredner kein Problem.

Koch sorgte bereits in seiner Zeit als hessischer Landesvater von April 1999 bis August 2010 immer wieder für heftigste politische Zuspitzungen und Kontroversen. Im Wahlkampf zur Landtagswahl 1999 organisierte die CDU unter Kochs Anleitung die Unterschriftenaktion gegen die Reform des deutschen Staatsbürgerschaftsrechts gegen die damalige rot-grüne Bundesregierung. Kritiker warfen ihm deshalb vor, Ausländerfeindlichkeit zu schüren und für den Wahlkampf zu instrumentalisieren.

Als im Zusammenhang mit der Spendenaffäre der Bundes-CDU auch der hessische Anteil ans Licht kam, verschwieg Koch die Rückdatierung eines Kreditvertrags über zwei Millionen D-Mark, der Geldflüsse in der Parteibuchhaltung rechtfertigen sollte. Im Wahlkampf zur Landtagswahl 2008 stürzte sich der damalige Ministerpräsident vor allem auf das Thema Jugendkriminalität. Er forderte die Verschärfung des Jugendstrafrechts und sprach sich indirekt für die Abschiebung krimineller Ausländer aus. Dafür erntete er später innerhalb und außerhalb der eigenen Partei vehementer Kritik. Der Vorwurf: Koch habe pointierte Aussagen zur Integrationspolitik genutzt, um auch Stimmen von ausländerfeindlichen Wählern zu bekommen.

Für den Vorstand des Gildenhaus-Vereins indes ist das alles kein Problem. „Herr Koch ist ein ehemaliger Politiker, der sehr gut analysieren und kom-



Erkt an: Ex-Politiker Roland Koch kommt nach Bielefeld. FOTO: DPA

mentieren kann“, urteilt Rudolf Delius, stellvertretender Gildenhaus-Vorsitzender und Geschäftsführender Gesellschafter der Delius GmbH. Der Verein bemühe sich generell als Gastredner keine aktiven Politiker einzuladen, lediglich beim damaligen Innenminister Thomas de Maizière (CDU) habe man vor zwei Jahren eine Ausnahme gemacht. Delius hat den Kontakt zu Koch, der heute Aufsichtsratschef der Schweizer Großbank UBS in Deutschland ist, hergestellt und für den Auftritt in Bielefeld gewinnen können.

Den Gildenhaus-Mitglie-

dern scheint es zu gefallen. Das Grünkohlessen am morgigen Abend im Miele-Forum Güterloh ist bereits ausgebucht. Und das, obwohl es durch den vorgezogenen Termin in diesem Jahr noch nicht einmal Grünkohl geben wird. Laut Delius werden etwa 200 Gäste erwartet.

„Die Welt ist im Moment im Umbruch und politisch in Unordnung geraten“, sagt Delius. Roland Koch wolle nun den Ostwestfalen und Lippern erklären, wie sich die Welt wieder neu sortieren kann. Die Vergangenheit und die Schlagzeilen der letzten Monate sei-

en dem Gildenhaus-Vorstand natürlich bekannt. Die Einladung an Roland Koch sei allerdings bereits vor mehr als einem Jahr erfolgt. Erst im Frühjahr 2018 wurde bekannt, dass ein Aufseher des amerikanischen Justizministeriums Roland Koch mit Korruption in Verbindung bringt. Eine Revision der Einladung gab es deshalb aber nicht.

Koch, der von 2011 bis 2014 Vorstandschef beim Industriedienstleister Bilfinger war, habe sich dort „an keine Regeln gebunden“ gefühlt und „strategische Entscheidungen in korruptionsempfindlichen Bereichen“ gefällt. „ohne die Korruptionsproblematik zu bedenken“, hieß es in den Vorwürfen aus den USA. Unter anderem soll er in dieser Funktion Firmen gekauft haben, ohne ausreichend zu prüfen, ob sie korruptionsfrei arbeiten. Der CDU-Politiker selbst weist die Vorwürfe zurück.

Grundsätzlich, so erläutert es Delius, gebe es keine harten Regeln bei der Auswahl der Gildenhaus-Führgäste. Es sollten Menschen sein, die sich der Sozialen Marktwirtschaft verpflichtet fühlen und Zusammenhänge erklären können. In der Vergangenheit waren das zum Beispiel Gerhard Schröder oder Wolfgang Clement. Bestimmte Parteien wolle man nicht von vornherein ausschließen. „Wir würden aber weder rechte Populisten, noch linke Marxisten einladen“, so Delius.

Kerstin Weißinger, Geschäftsführerin des Gildenhaus e.V., betont auf Anfrage, dass sich der Vereinsvorstand nicht bis ins kleinste mit jedem Gastredner identifiziere. „Roland Koch ist sicherlich eine umstrittene Person, das bedeutet aber nicht, dass er keinen guten Input geben kann“, sagt Weißinger.

Das dürfte zweifelsohne auch auf Thilo Sarrazin zutreffen, der 2010 ein Gildenhaus-Gast war. Damals war er noch Mitglied des Vorstands der Deutschen Bank. Heute ist Sarrazin vor allem als unbeliebtestes SPD-Mitglied des Landes und streitlustiger Autor von Bestsellern bekannt, in denen er gegen den Islam hetzt. Auf Nachfrage sagen sowohl Kerstin Weißinger, als auch Rudolf Delius, Thilo Sarrazin würden sie heute vermutlich nicht mehr nach Bielefeld einladen. Die Einladung an Koch dagegen steht.

03.09.2018 Neue Westfälische, Wirtschaft

# „Loslassen ist schwer“

**Nachfolgersuche:** Wenn ein Generationenwechsel ansteht, dann tun sich viele Unternehmer schwer. Wie es erfolgreich klappen kann, zeigt ein Vater mit seinem Sohn

Angelina Kuhlmann

■ **Bielefeld/Delbrück.** Die Pahls sind ein Volltreffer. Innerhalb von 45 Jahren haben Fritz-Wilhelm Pahl (77) und Sohn Thilo Pahl (38) dafür gesorgt, dass im Delbrücker Unternehmen „Bette“ zwei Generationenwechsel reibungslos über die Bühne gingen. Und das ohne Streitereien. Ihr Erfolgsrezept: „Konsequenz, Offenheit und Vertrauen“.

Beim Generationen-Talk des Gildenhaus-Vereins standen die beiden gemeinsam in der Hechlei in Bielefeld vor anderen Unternehmern aus der Region auf der Bühne. Für ihre Zuhörer ist die Erfolgsgeschichte der Pahls ein Mutmacher. Nachfolger werden händeringend gesucht.

Fritz Pahl wusste schon früh: „Ich wollte Unternehmer werden“. 1974 übernahm er als geschäftsführender Gesellschafter die Firma Bette, Spezialist für Badelemente, an der Seite von Ilse Schlichtherle. „Das war nicht ganz einfach“, sagt Pahl. Er hatte andere Vorstellungen darüber, wie es weitergehen soll. Seine Vorgängerin tat in der Situation damals das einzig Richtige, so Pahl. „Sie hat gesagt: Es ist besser, du machst es ganz und ich nicht“.

Die konsequente Art von Ilse Schlichtherle hat Fritz Wilhelm Pahl in seiner eigenen Führungsweise geprägt. Für ihn stand früh fest, wie er die Nachfolge für seine Firma regeln will, wenn es mal so weit ist. „Meine Frau und ich waren überzeugt, dass es besser ist, wenn wir es schaffen, dass nur eins unserer drei Kinder im Unternehmen tätig ist.“ In der Familie herrschte schnell Einigkeit darüber, dass der jüngste Sohn Thilo die Firma



Erfolgreich: Fritz Wilhelm Pahl (l.) und sein Sohn und Nachfolger Thilo Pahl.

FOTO: KUHLMANN

Ende 2013 stieg der ausgebildete Energieelektroniker und studierte Maschinenbauer in den Betrieb seines Vaters ein. Fritz Wilhelm Pahl stieg aus. „Es ist nicht einfach, loszulassen“, sagt er. Doch für Bette sei es das Beste gewesen. Bevor er komplett aus der Führung ausschied, arbeitete er mit seinem Sohn ein Jahr lang zusammen im Unternehmen. „Mein Vater hat mich überall mitgenommen“, erzählt Thilo Pahl. So konnte er alles „von der Pike auf“ lernen.

Für den Generationswech-

sel des Unternehmens stellt die Führungsmannschaft breiter auf. Das sei einer der Gründe, warum sein Vater großen Anteil am erfolgreichen Wechsel habe. Seine konsequente Handlung sei ein weiterer. „Er hat die zweite Geige gespielt“, sagt Thilo Pahl. Obwohl er „Vollampf-Unternehmer“ gewesen sei. Vater und Sohn geben zu bedenken, dass jedes Unternehmen seinen eigenen Charakter hat, der beim Generationenwechsel einbezogen werden muss. Dass es klappen kann, haben die

## Nachfolger

◆ Laut einer KfW-Studie müssen mehr als eine halbe Million Inhaber von kleinen und mittelgroßen Unternehmen in Deutschland bis 2022 ihre Nachfolge regeln. 100.000 von ihnen sogar bis 2019 – für sie wird die Zeit knapp. Mehr als die Hälfte der Inhaber hätte am Liebsten einen Familienangehörigen als

# So war es bei Pahl's

## Gildenhaus macht den Generationswechsel zum Thema

■ Von Bernhard Hertlein

**Bielefeld/Delbrück** (WB). Das neue Emaillierwerk läuft noch nicht rund. Eine kritische Stunde für den Dusch- und Badewannen-Hersteller Bette in Delbrück. »Als mein Vater auch jetzt noch ruhig blieb und sich nicht einmischte, war allen klar: Der Generationswechsel ist vollzogen«, berichtete Thilo Pahl beim Gildenhaus-»Ge-

nerationentalk« in Bielefeld.

Zunächst erzählte Vater Fritz-Wilhelm Pahl über seinen Start als Unternehmer. Das Delbrücker Familienunternehmen Bette (Umsatz heute: 86 Millionen Euro, 380 Mitarbeiter) war Ende 1973 nach dem Tod des langjährigen geschäftsführenden Gesellschafters fast pleite. »Sparkasse und Volksbank waren nicht bereit, erneut in ihre Kasse zu greifen«, berichtete

Pahl. Doch die schwerste Hürde habe der Schwiegervater, ein hanseatischer Kaufmann, aufgestellt: »Diesen Vertrag darfst du nicht unterschreiben.« Pahl, von 1994 bis 2002 auch Präsident der IHK Ostwestfalen, tat es trotzdem. Heute ist Bette wohlauf und frei von Bankverbindlichkeiten.

»In Belegschaft, Kundschaft und im Lieferantenkreis konnte sich kaum jemand vorstellen, dass er sich nach fast 40 Jahren aus der aktiven Führung zurückziehen wird«, erzählte anschließend Sohn Thilo Pahl. Doch er tat es. Ein Jahr lang behielt noch der Vater das Sagen, das zweite führte der Sohn. Heute hat der Vater noch ein Büro – »und ich einen kompetenten und kostenlosen Berater, der aber«, so Thilo Pahl, »nur rät, wenn er gefragt wird«.

Die Veranstaltung war die zweite der Reihe »Generationentalk« des Gildenhauses. Nach Angaben des Vorsitzenden und Hymmen-Chefs René Pankoke arbeiten 50 Prozent der Erwerbstätigen in Familienbetrieben. 2017 ging es zum Auftakt um Goldbeck in Bielefeld.



Gildenhaus-Vorsitzender René Pankoke (Mitte) im Kreis von Vater Fritz-Wilhelm und Sohn Thilo Pahl. Foto: Hertlein

21.11.2018 Westfalenblatt, Wirtschaft

## Impressum

### **Gildenhause.V.**

Detmolder Str. 18, 33604 Bielefeld

T: 0521 787166-5

F: 0521 787166-9

E-Mail: [info@gildenhause.de](mailto:info@gildenhause.de)

Internet: [www.gildenhause.de](http://www.gildenhause.de)

Sitz Bielefeld, Vereinsregister Nr. 1477

Vorstand: Dr. René Pankoke, Rudolf Delius, Uwe Haderl  
Hans Beckhoff, Prof. Dr. Dieter Dresselhaus, Uwe Heimers,  
Anke Gudehus, Sabine Kumlehn, Dr. Franz-Josef Lerdo, Matthias Schauch

Ehrevorsitzender: Ortwin Goldbeck

Geschäftsführung: Kerstin Weißinger

# Starke Partner

