

Mittwoch, 24. Oktober 2007

2 Mal wöchentlich



Brigitte Henschen (3.v.li.) konnte IHK-Vizepräsident Joachim Punge (2.v.re.), Egon Krause (3.v.re.) und Michael Dannebom (re.) zum IHK Wirtschaftsgespräch begrüßen.

Foto: (peb)

# „Wir brauchen das Schürenfeld“

Aber der Flächenbedarf ist mit diesem Gewerbegebiet noch nicht gedeckt

**Fröndenberg. (peb) Brigitte Henschen zog beim IHK-Wirtschaftsgespräch im Restaurant Il Campo vor rund 65 mittelständischen Gästen ein positives Fazit.**

„Die Wirtschaft ist auf Wachstumskurs“, erläuterte die Fröndenberger Geschäftsfrau. „Der Aufschwung setzt sich leicht gedrosselt fort und die Umfragewerte sind optimistisch.“ So erwarten die Unternehmer für die nähere Zukunft kein Abflauen der Konjunktur.

Erfreulich fand Brigitte Henschen die Zahlen auf dem Ausbildungsmarkt: „Im Kammerbezirk der IHK-Dortmund wurden 4.678 Verträge, ein Plus von zwölf Prozent, neu registriert.“ Fröndenberg schneide dabei mit 33 neuen Lehrstellen zwar verhältnismäßig bescheiden ab, doch sei 2005 mit einer Steigerung von fast 50 Prozent der Boom ein Jahr vorweg genommen worden. Mit einem Plus von 4,2 Prozent auf jetzt 1.158 Betrieben (plus 47) ist auch die Zahl der IHK-zugehörigen Unternehmen gestiegen. Negativ wäre allerdings die Verteuerung der Rohstoff- und Energiekosten.

In den Mittelpunkt seiner Grußworte stellte Bürgermeister Egon Krause die Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Kreises Unna bei der Erschließung des kombinierten Gewerbe-/Wohngebietes „Schürenfeld“: „Die WFG wird dazu die Vermarktung übernehmen“, so Krause und verwies aber darauf, dass nach einer Erhebung der Bedarf an Gewerbegrundstücken trotz der Erhöhung der geplanten Baufläche um acht Hektar immer noch nicht abgedeckt ist.

„Deshalb werden wir das interkommunale Gewerbegebiet Unna/Fröndenberg an der A44 weiterverfolgen“, so der Bürgermeister. Auch Michael Dannebom, Geschäftsführer der WFG, hatte das „Schürenfeld“ zum Thema seiner Ausführungen: „Es gibt mehrere Varianten, die wir durchgerechnet haben.“ Die „kleine“ Planung behält den bisherigen Zuschnitt des Flächennutzungsplans, würde unter dem Gesichtspunkt des Landschaftsschutzes die wenigsten Schwierigkeiten bereiten, wäre wirtschaftlich aber nicht ausreichend. „Je größer das Gelände, desto billiger der Quadratmeter“,

ergänzt Dannebom. Deshalb favorisiert die Gesellschaft die Variante der Gebietsausweitung, womit auch topografische Schwierigkeiten leichter beseitigt werden können. Nun werde Druck gemacht, damit die Erschließung des Geländes in den nächsten Haushalt einfließen könne. Der würde etwa im kommenden März beschlossen. Die ersten Sondierungsgespräche mit den Grundbesitzern sind schon geführt: Verkaufsbereitschaft ist auf alle Fälle festzustellen.

IHK-Vizepräsident Joachim Punge klärte die Anwesenden über die am 1. Januar 2008 in Kraft tretende Unternehmenssteuerreform auf. „Hier gibt es Licht und Schatten“, so der Funktionär. Gerade der innerstädtische Einzelhandel sei der Leidtragende. Es muss auf jeden Fall von der Regierung nachgebessert werden“, ist sich Plunge sicher und fügte hinzu: „Der Deutsche Industrie- und Handelstag und andere Wirtschaftsorganisationen sind schon am Ball.“

„Der Fachkräftemangel ist Realität“, zog Claus-Dieter Weibert Schlüsse aus Umfrageergebnissen in 220 Mitgliedsunternehmen. Rund ein Viertel der Betriebe konn-

te offene Stellen nicht besetzen. Die Auswirkungen sind gravierend: „Es werden Aufträge nicht angenommen, weil die entsprechenden Beschäftigten fehlen.“ Die nachrückenden schwachen Jahrgänge sind nur ein Grund. Fakt ist, dass ein ganzes Bündel an Maßnahmen geschnürt werden muss, um diesen Missstand zu beseitigen. Des Weiteren gewinne das Stichwort „Lebenslanges Lernen“ eine neue Bedeutung: Auch ältere Mitarbeiter sollten bei der Weiterbildung nicht außen vor gelassen werden.

Besondere Aufmerksamkeit erfuhr das Referat „Der Einfluss von Umgangsformen auf Umsatz und unternehmerischen Erfolg“ von Marianne Montag. Hier wurde an praktischen Beispielen vor Augen geführt, wie wichtig die Qualität der Kommunikation und der Stil des internen Umgangs sei. „Kein Produkt verkauft sich nur durch die Qualität“, verriet die Fachfrau. „Ein wesentlicher Faktor für den wirtschaftlichen Erfolg und das Vertrauen der Kunden ist das Image des Unternehmens.“ Und dieses Ansehen wird unter anderem durch das korrekte Auftreten der Mitarbeiter bestimmt.