

# IHK-JOURNAL

DAS REGIONALE WIRTSCHAFTSMAGAZIN

Nº 05/06

Studie: Wie digital sind  
die Betriebe schon?

Außenhandel RLP:  
Licht und Schatten

Ein Mann, ein Lauf:  
Bernhard Münz im Interview



## Impressum

## IHK-JOURNAL

DAS REGIONALE WIRTSCHAFTSMAGAZIN

## Herausgeber

Industrie- und Handelskammer  
Koblenz  
Schlossstraße 2, 56068 Koblenz  
Internet: www.ihk-koblenz.de  
redaktion@koblenz.ihk.de

## Redaktion

Petra Lahnstein (v.i.S.d.P.)  
Telefon: 0261 106-225

Stefanie Bach

Telefon: 0261 106-202

Kristina Danneberg

Telefon: 0261 106-150

Leon Mohr

Telefon: 0261 106-133

## Satz | Layout

Daniel Klages-Saxler  
Telefon: 0261 106-158  
klages-saxler@koblenz.ihk.de

## Druck und Verlag

Bonifatius Druckerei  
Karl-Schurz-Str. 26  
33100 Paderborn  
Telefon: 05251 153-321  
Fax: 05251 153-107  
ISSN 0936-4579  
Auflage: 54.130 | (Q3/2014)

Dieses Magazin wurde mit Energie aus 100% Wasserkraft (oder Öko-Strom) und ohne schädlichen Industriealkohol hergestellt. Die Produktion nimmt eine Druckerei vor (Bonifatius GmbH), die in den Bereichen Qualitätsmanagement, Umweltmanagement und EMAS zertifiziert ist.

## Adress- und Versand-Service

IHK Koblenz, Telefon: 0261 106-0  
Das IHK-Journal ist das offizielle Organ der Industrie- und Handelskammer Koblenz und wird den beitragspflichtigen IHK-zugehörigen Unternehmen im Rahmen ihrer Mitgliedschaft ohne besonderes Entgelt geliefert.

Nachdruck des Inhalts nur mit ausdrücklicher Genehmigung, Quellenangabe und unter Einsendung eines Belegexemplares an die Redaktion. Die mit Namen oder Initialen gezeichneten Beiträge geben die Meinung des Autors, aber nicht unbedingt die Ansicht der Industrie- und Handelskammer wieder. Dies gilt ebenso für den Inhalt und die Gestaltung gewerblicher Anzeigen und Beilagen. Für unverlangt eingesandte Manuskripte keine Gewähr. Dieses Journal wird auf umweltfreundlichem, chlorfreiem Papier gedruckt.

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

Titelfoto: Sascha Ditscher



08

## ANSTOSS FÜR DIE WIRTSCHAFT



## FACHKRÄFTEMANGEL



## NACHGEFRAGT BEI ...

## IHK INFORMIERT

azubi- & studientage:  
Ausbildung im Fokus

04

Neue Weiterbildung zum  
Technischen Industriemanager

05

## WIRTSCHAFT IN ZAHLEN

Wie digital sind die Unternehmen  
in unserem Bezirk schon?  
Wir haben Zahlen

06

## TITELTHEMA

Großveranstaltungen wie die nahe  
WM haben ein gigantisches Vermarktungs-  
potenzial. Wir haben uns im Titelthema dem  
Wirtschaftsfaktor Fußball-Weltmeisterschaft  
gewidmet und uns gefragt: Wie profitieren  
die Unternehmen im nördlichen Rhein-  
land-Pfalz von der größten Sportveranstal-  
tung der Welt?

08

## WIRTSCHAFTSTRENDS

Rheinland-pfälzischer Außenhandel:  
Licht und Schatten

14

Der Fachkräftemangel und seine Folgen

16

Stipendien, Aufstiegs-BAföG und Co.:  
Die Lösung liegt in der Weiterbildung

18

## POLITIK AKTUELL

Zur Sache: Internationaler Handel  
ohne Hemmnisse?

19

## RECHT UND STEUERN

Datenschutzgrundverordnung –  
droht eine neue Abmahnwelle?

20

WIRTSCHAFT IN  
DER REGION 21 bis 32

NACHGEFRAGT BEI ...  
Bernhard Münz

33

GENUSS UND REGION  
Grillen

34

RUBRIKEN  
Impressum 2  
Veranstaltungsvorschau 35



www.facebook.com/IHK.Koblenz



www.twitter.com/ihk\_koblenz

# WENIGER KÖNNTE MEHR SEIN



*Susanne Szczesny-Obing ist  
Präsidentin der Industrie- und  
Handelskammer Koblenz.*

## ALLE SIEBEN JAHRE ENTSCHEIDET DIE EU ÜBER IHRE ZUKÜNFTIGEN FINANZEN.

Was weit weg und durchaus dröge klingt, ist für die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Wirtschaft – und damit auch für unseren Standort – durchaus relevant. Denn anders als die nationalen Haushalte, die primär für die Bereitstellung öffentlicher Dienstleistungen und die Finanzierung der Sozialsysteme verwendet werden, ist der EU-Haushalt im Wesentlichen ein Investitionsbudget. Mit dem Austritt des Vereinigten Königreichs wird allerdings ein wichtiger Beitragszahler zur Finanzierung der politischen Maßnahmen und Programme der EU entfallen. Netto fehlt künftig pro Jahr ein zweistelliger Milliardenbetrag.

Im nächsten Finanzrahmen der EU von 2021 bis 2027 geht es also darum, Einsparungen und Prioritäten zu identifizieren; das ist auch angesichts der gegenwärtigen Akzeptanzprobleme der EU geboten. Der kürzlich von EU-Haushaltskommissar Günther Oettinger vorgelegte Haushaltsentwurf weist bereits in eine entsprechende Richtung – und hat erwartungsgemäß einige Widerstände provoziert, auch auf Ebene der Bundesländer.

Dabei ist der Handlungsbedarf offensichtlich: Alleine auf EU-Ebene können Unternehmen mehr als 50 Förderprogramme in Anspruch nehmen, die von verschiedenen Generaldirektionen verwaltet werden. So werden KMUs nicht nur durch das primär dafür gedachte Programm COSME („Competitiveness of Enterprises and Small and Medium-sized Enterprises“) unterstützt, sondern unter anderem auch durch den Europäischen Struktur- und Investitionsfonds (ESIF) sowie den Europäischen Fonds für strategische Investitionen (EFSl) gefördert, teils mit deutlich überlagernden Zielstellungen. Was nett klingt, ist in der Praxis wenig zielführend. Welche Förderangebote überhaupt bestehen und welches für eine spezifische unternehmerische Fragestellung das richtige ist, ist kaum transparent und nachvollziehbar. Entsprechend bleibt die Wirksamkeit vieler Programme hinter den Erwartungen und den eigentlich vorhandenen Potenzialen zurück – bislang meist wachsender Budgets zum Trotz.

Klar ist: Die EU braucht ein transparentes, auf den Mittelstand ausgerichtetes Förderinstrumentarium, nicht zuletzt auch, um für die gut 23 Millionen KMUs in Europa als relevanter Akteur wahrgenommen zu werden und dort Akzeptanz zu finden. Von der Prämisse „viel hilft viel“ sollte man sich dagegen zügig verabschieden. Die Neuaufstellung des EU-Finanzrahmens bietet dafür auf Jahre eine einmalige Gelegenheit.

Ihre

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Susanne-Obing', written in a cursive style.

Susanne Szczesny-Obing

# azubi- & studientage: Ausbildung im Fokus

Auch in diesem Jahr haben wir die azubi- & studientage Koblenz unterstützt – unter anderem mit einem durchstarter.de-Stand in der CGM-Arena. Im nächsten Jahr findet die Schülermesse für Bildung und Karriere am 12. und 13. April statt.

Weitere Informationen auf [www.azubitage.de/koblenz](http://www.azubitage.de/koblenz)

Save  
the date!  
12./13. April  
2019



FOTOS: THOMAS FREY

## Neues Abiturientenprogramm zum Hotelbetriebswirt



FOTO: CHRISTIAN SCHWIER

Ab September 2018 bietet das Gastronomische Bildungszentrum (GBZ), eine Bildungseinrichtung der IHK Koblenz, ein neues Abiturientenprogramm zum Hotelbetriebswirt an. Mit dem Programm sollen Hoteliers den Führungsnachwuchs direkt nach dem Abitur im eigenen Hotel ausbilden können. Bei der Kombination aus Erstausbildung und Weiterbildung durchlaufen die Abiturienten in 36 Monaten abwechselnd Praxisphasen im Unternehmen und Studienphasen im GBZ. Pro Jahr werden sechs Seminarwochen durchgeführt. Diese werden durch interaktive Tools wie das Virtuelle Klassenzimmer und Onlinetutorien

ergänzt. Eine umfassende Betreuung durch fachlich versierte Trainer rundet das Programm ab. Die Absolventen erlangen zwei Abschlüsse: den staatlich anerkannten Ausbildungsberuf zum Hotelfachmann und eine betriebswirtschaftliche Weiterbildung zum Hotelbetriebswirt (IHK), der für die mittlere Führungsebene qualifiziert. Voraussetzung für die Bewerber ist die allgemeine Hochschulreife oder die Fachhochschulreife.

**Weitere Infos auf [www.gbz-koblenz.de](http://www.gbz-koblenz.de) und bei unserer Ansprechpartnerin Ester Pauly: Tel. 0261 30489-30**

## Haupteingang der IHK demnächst vorübergehend gesperrt

Vom 22. Juni bis voraussichtlich zum 3. August 2018 wird der Haupteingangsbereich der IHK Koblenz in der Schlossstraße 2 umgebaut. In diesem Zeitraum wird der Kundeneingang in die Casinostraße 37 verlegt.

Wir bitten um Verständnis.



## Neue Weiterbildung zum Technischen Industriemanager

Der Ingenieurmangel stellt vor allem mittelständische Unternehmen vor die besondere Herausforderung, technische Führungskräfte zu finden. Eine Chance ist die Entwicklung eigener Mitarbeiter durch Weiterbildung – beispielsweise durch die schon bestehende Weiterbildung zum „Technischen Betriebswirt“ für Meister und Techniker. Alternativ gibt es jetzt mit dem Lehrgang zum „Technischen Industriemanager“ der IHK-Akademie Koblenz eine stärker technische orientierte Qualifizierungsmöglichkeit, die ebenfalls mit einem Abschluss auf Masterniveau endet. Technische Industriemanager lernen in ihrem berufs begleitenden Praxisstudium, wie sie technische Lösungen in den Bereichen Konstruktion, Fertigung, Montage, Instandhaltung und Vertrieb kostenbewusst und ressourceneffizient erarbeiten sowie die dazugehörigen Prozessstrukturen weiterentwickeln. Auch technologische Beratungsaufgaben in- und außerhalb des Unternehmens und die strategische Positionierung der technischen Entwicklungen am Markt gehören zum Lehrinhalt.

Weitere Infos bei unserem Ansprechpartner Torsten Scherr:  
scherr@ihk-akademie-koblenz.de,  
Tel. 02631 9177-11

## Nachwuchssommeliers des Jahres kommen von der Deutschen Wein- und Sommelierschule in Koblenz

Zum 17. Mal wurde der „Nachwuchssommelier des Jahres“ auf der Messe ProWein in Düsseldorf gekürt. Der Gewinner, Jo Wessels aus Südafrika, wird gefolgt von der Zweitplatzierten Marie Christin Baunach aus Bern und dem Drittplatzierten Felix Daferner aus Karlsbad. Alle drei haben die Deutsche Wein- und Sommelierschule des Gastronomischen Bildungszentrums (GBZ) – eine Bildungseinrichtung der IHK Koblenz – besucht.

Weitere Infos zur Deutschen Wein- und Sommelierschule Koblenz auf  
[www.gbz-koblenz.de/ihk\\_gbz/Deutsche Wein- & Sommelierschule](http://www.gbz-koblenz.de/ihk_gbz/Deutsche%20Wein-+%20Sommelierschule)



# Die Zeichen der Zeit erkannt

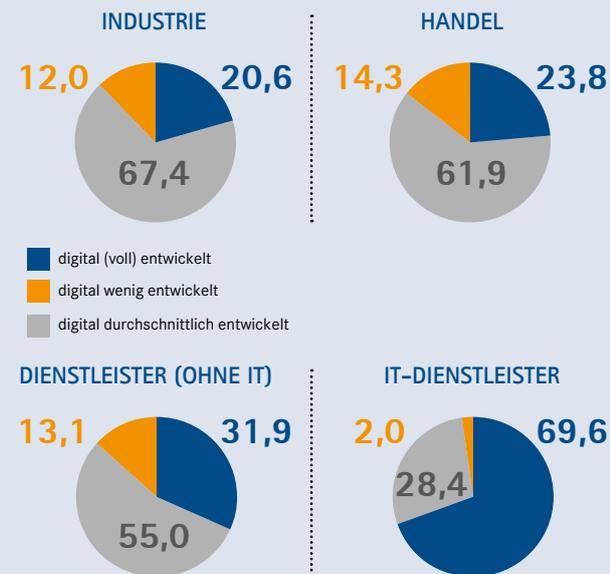
„Digital? Mir doch egal!“ – diese Einstellung kann sich heute kein Unternehmen mehr leisten. Denn das allgegenwärtige D-Wort hat die Wirtschaftslandschaft einschneidend verändert. Vom regional wirtschaftenden Ein-Mann-Dienstleister bis hin zum weltweit aktiven Industriekonzern, alle müssen ihre Prozesse digitalisieren – der eine mehr, der andere weniger. Den Betrieben im nördlichen Rheinland-Pfalz ist das durchaus bewusst, doch wie weit sehen sie sich auf diesem Weg? Wir haben sie befragt und das Ergebnis in ein paar griffigen Zahlen sichtbar gemacht.

Die vollständige Umfrage und unsere sämtlichen Angebote rund um die Digitalisierung haben wir auf [www.hub-koblenz.de](http://www.hub-koblenz.de) gebündelt.



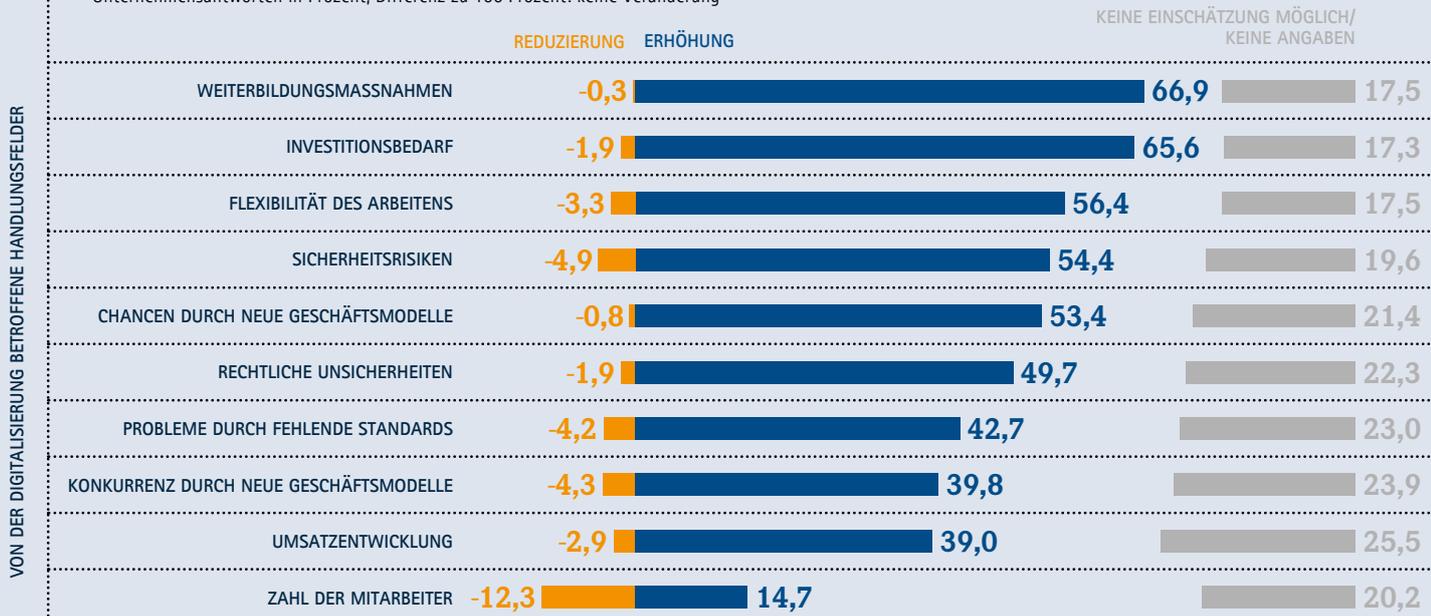
## Selbsteinschätzung

Wie schätzen Sie den Stand der Digitalisierung in Ihrem Unternehmen ein?  
Unternehmensanteil je Kategorie in Prozent



## Auswirkungen der Digitalisierung auf die Unternehmen

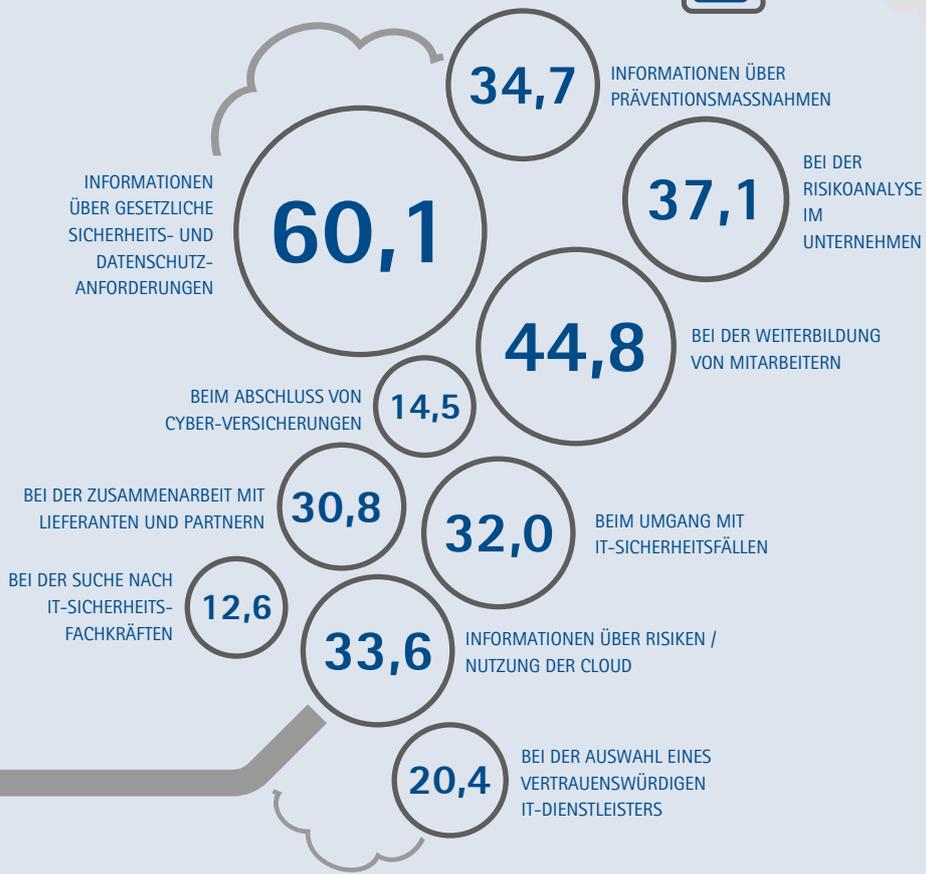
Wir haben Unternehmen nach ihrer Einschätzung zur Entwicklung von durch die Digitalisierung betroffenen Handlungsfeldern befragt.  
\*Unternehmensantworten in Prozent, Differenz zu 100 Prozent: keine Veränderung





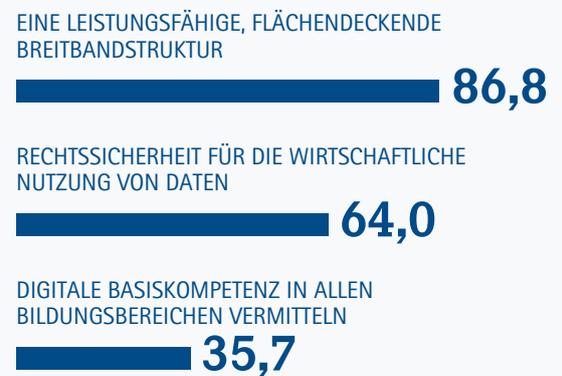
## Wo wünschen sich Unternehmen Unterstützung?

Unternehmensantworten in Prozent; Mehrfachnennungen möglich



## Topthemen der Digitalisierung bei den Unternehmen

Unternehmensantworten in Prozent; Mehrfachnennungen möglich



## Saldenwert nach Branchen

Mehrfachnennungen möglich

INDUSTRIE	HANDEL	DIENSTLEISTER (OHNE IT)	IT-DIENSTLEISTER
79,0	76,4	71,8	75,5
81,8	75,6	70,1	57,8
60,2	58,3	58,8	68,6
64,2	58,3	55,4	52,9
55,7	59,1	54,0	82,4
50,0	56,7	52,3	68,8
49,4	45,7	43,7	31,4
34,7	55,9	35,4	42,2
40,3	44,1	39,5	42,2
-7,4	3,9	4,6	25,5

# ANSTOSS FÜR DIE WIRTSCHAFT

*Autor: Leon Mohr*

Minute 113: André Schürrle flankt von links vors Tor. Mario Götze lässt den Ball von der Brust abtropfen und schiebt ihn im Fallen vorbei an Argentinien's Torhüter Sergio Romero zum 1:0-Endstand. Deutschland ist Weltmeister. Ein Moment, den weltweit mehr als eine Milliarde Menschen live verfolgten und dessen Echo in- und außerhalb der Bundesrepublik zeigt, wie bedeutend der Profifußball ist. Nicht nur gesellschaftlich wichtig, sondern auch politisch relevant – und nicht zuletzt ist er ein enormer Wirtschaftsfaktor: Laut einer Studie der Unternehmensberatung McKinsey von 2015 tragen Bundesliga, 2. Liga, DFB-Pokal, die europäischen Wettbewerbe und die Auftritte der Nationalmannschaft mit 7,9 Milliarden Euro immerhin rund 0,3 Prozent zum Bruttoinlandsprodukt der Bundesrepublik bei. Großveranstaltungen wie die nahende WM mit ihrem gigantischen Vermarktungspotenzial machen einen guten Teil davon aus. Wir haben uns im Titelthema dem Wirtschaftsfaktor Fußball-Weltmeisterschaft gewidmet und uns gefragt: Wie profitieren die Unternehmen im nördlichen Rheinland-Pfalz von der größten Sportveranstaltung der Welt?



2.400 Kilometer sind es von Koblenz nach Moskau. Und politisch scheint die russische Hauptstadt aktuell sogar noch etwas weiter entfernt. Gesellschaftlich aber rückt uns die Metropole bald wieder näher: Wenn die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft am 14. Juni mit der Partie Russland gegen Saudi-Arabien eröffnet wird, fühlt sich die ganze Welt für gut vier Wochen an diesem einen Ort versammelt.

Auch aus Unternehmenssicht schafft das sportliche und gesellschaftliche Großereignis Fußball-WM Nähe zwischen den Handelspartnern Russland und Deutschland – da bilden die Unternehmen aus dem IHK-Bezirk Koblenz keine Ausnahme: „Sportliche Großveranstaltungen wie die WM bieten unseren Betrieben die Möglichkeit, sich an etwas dranzuhängen, was ohnehin schon sehr viel Aufmerksamkeit erregt“, sagt unser Geschäftsführer Standortpolitik Robert Lippmann. „Diese Positionierungschancen werden auch genutzt.“ Zudem sitzen beim unter WM-Fieber ‚leidenden‘ Verbraucher das Portemonnaie erfahrungsgemäß etwas lockerer: „Die Zahlungsbereitschaft für anlassbezogene Produkte ist durchaus hoch – das sieht man schon, wenn man sich die Preise und Absatzzahlen für ein offizielles DFB-Trikot anschaut.“

#### Direkte und indirekte Profiteure

Dass der Einzelhandel und seine Zulieferer ihren Nutzen aus dem Großereignis ziehen, ist somit für jeden schon viele Monate vor Turnierstart sichtbar: Mit zahlreichen Produkten im WM-, Fußball- oder Deutschlanddesign soll die Kauflaune der WM-Begeisterten möglichst frühzeitig angekurbelt werden – so auch beim Gebäckhersteller Griesson aus Polch (siehe Seite 11).

Für Unternehmen aus anderen Branchen, wie etwa dem Werbemittel-Anbieter APA aus Neuwied (siehe Seite 11), lohnen sich die Geschäfte rund um die großen Turniere eher mittel- bis langfristig. „Natürlich gibt es einen harten Wettbewerb zwischen Firmen, die Ausrüster oder Partner einer Großveranstaltung wie der Fußball-WM werden wollen“, sagt Lippmann. „Auch wenn sich die Aufträge auf dem Papier dann einmal nicht direkt finanziell lohnen, hat man einen großen Kunden als Referenz oder ein wichtiges Prestigeprojekt umgesetzt. Damit kann das jeweilige

Unternehmen seine Bekanntheit erhöhen und die eigene Positionierung im Markt verbessern.“

Wenn das Wetter mitspielt und das Turnier für das DFB-Team sportlich erfolgreich verläuft, sind Public Viewings für Kneipen, Bars und Restaurants wahre Goldgruben. Äußerst erfolgreich läuft das schon seit Jahren auch für den Veranstalter Café Hahn (siehe Seite 10). „Wie der Einzelhandel ist auch die Gastronomie Nutznießer der enormen Aufmerksamkeit der Veranstaltung. Das sind die beiden Branchen, die in der Breite in unserem IHK-Bezirk am stärksten profitieren. In anderen Bereichen haben wir eher wenige, sehr spezialisierte Nutznießer“, berichtet Lippmann.

#### Werben mit der WM

Doch ist beim „Werben mit der WM“ auch Vorsicht geboten. Wenn Gastronomen Eintritte für ihre Public Viewings verlangen oder produzierende Betriebe mit geschützten Begriffen oder Logos der FIFA die Werbetrommel rühren, benötigen sie dafür in der Regel eine offizielle Lizenz. Für den Fall, dass diese nicht eingeholt wurde, drohen empfindliche Sanktionen, wie uns Markenrechtsexperte Franz Schaffranek im Interview (siehe Seiten 12, 13) verrät.

Umschifft man markenrechtliche Klippen dieser Art, steht einer wirtschaftlich erfolgreichen WM für die Unternehmen im nördlichen Rheinland-Pfalz und der gesamten Bundesrepublik wenig im Wege. Ob dieser wirtschaftliche Erfolg auch seinen positiven Effekt auf die Politik haben wird – wie es nicht selten der Fall ist –, bleibt zu hoffen und abzuwarten. Sportlich aber, so viel ist sicher, müssen es die Jungs im fernen Russland schon selbst richten.



Public Viewing, Promo-Produkte im WM-Design oder Branding für den Deutschen Fußballbund (DFB) – so unterschiedlich profitieren die Unternehmen im nördlichen Rheinland-Pfalz von der größten Sportveranstaltung der Welt:

## Mit der Seilbahn zum Public Viewing

CAFÉ HAHN GMBH, KOBLENZ

*Dass sich zu den großen Turnieren viel mehr Menschen für den Fußball interessieren, als es üblicherweise der Fall ist, liegt auch daran, dass EM, WM und Co. gesamtgesellschaftliche Ereignisse sind. Die Essenz des Ganzen ist wohl das Public Viewing. Hunderte, tausende Menschen treffen sich zum gemeinsamen Schauen eines Fußballspiels, hoffen, bangen, jubeln und trauern zusammen.*

*Die größte Veranstaltung dieser Art in Koblenz mit rund 2.000 Zuschauern pro Spiel findet in diesem Jahr wieder auf der Festung Ehrenbreitstein statt. Der Veranstalter, das Café Hahn, richtet hier seit der EM 2012 Public Viewings zu den großen Fußball-Turnieren aus. Das Konzept hat man seither weiterentwickelt, da sich auch die Bedürfnisse des Publikums geändert haben, erklärt Geschäftsführer Berti Hahn: „Früher standen alle unsere Besucher. Wir wollen uns aber zunehmend auch an ein eher gediegeneres Publikum richten, das gemütlich sitzen und bei einem Glas Bier das Spiel genießen will. In diesem Sommer kann man daher erstmals auch Tische reservieren und ein Fass Bier steht dann dort auch bereit.“ Eine Eintritts- oder eine Reservierungsgebühr werden nicht verlangt – die Veranstaltungen finanzieren sich durch einen Mindestverzehr von fünf Euro und die Umsätze durch Speisen und Getränke, die darüber hinausgehen.*

*Je nach Anstoßzeit finden nach den Spielen noch Konzerte aus dem Veranstaltungsprogramm des Café Hahn statt. „Im Anschluss an das Eröffnungsspiel zum Beispiel spielen die ‚Bobbin‘ Baboons‘ – das ist natürlich toll für die Leute, die ohnehin schon da sind. So können sie den Abend auf der Festung ausklingen lassen“, sagt Hahn.*

*Insgesamt zehn Spiele der Fußball-WM werden in diesem Jahr auf der Festung zu sehen sein: Neben dem Eröffnungsspiel, dem Finale, beiden Halbfinals, je einem Viertel- und einem Achtelfinale natürlich auch alle Deutschlandspiele. Zusätzlicher Reiz für die Besucher dürfte die attraktive An- und Abreise sein: „Es empfiehlt sich natürlich, mit der Seilbahn zu kommen“, so Hahn, „in vier Minuten ist man von der anderen Rheinseite auf der Festung. Die Fahrpläne sind an die Spiele angepasst und ab 18 Uhr gilt der ermäßigte Fahrpreis.“*



FOTO: LEON MOHR

*Die beiden Geschäftsführer des Café Hahn, Christoph Dörr und Berti Hahn (von links) richten in diesem Jahr auf der Festung Ehrenbreitstein wieder das größte Public Viewing der Stadt Koblenz aus.*



FOTO: SASCHA DITSCHER

*Fans beim Public Viewing auf der Festung Ehrenbreitstein*



## Abschirmen und gleichzeitig Wohlfühlatmosphäre schaffen

APA ADELFANG & PARBEL GMBH & CO. KG, NEUWIED

In diesen Tagen bezieht der DFB-Tross rund um die deutsche Fußball-Nationalmannschaft in Vorbereitung auf die Weltmeisterschaft Quartier im tirolischen Eppan. Das Areal sieht jetzt schon ganz anders aus als noch wenige Wochen zuvor. Viele Bereiche sind vor den neugierigen Blicken der Fans und Pressevertreter abgeschirmt – mit Banden, Bannern und Folien, die das DFB-Logo tragen, und einer simplen Bildsprache.

Vorangegangen sind stressige Wochen für APA aus Neuwied, die exklusiv für den Deutschen Fußball-Bund das Branding – also gewissermaßen das ‚Sichtbarmachen der Marke DFB‘ – vor Ort übernehmen. „Wir betreuen den DFB über den gesamten Prozess, von der Konzeption über die Produktion bis hin zur Realisierung“, gibt Geschäftsführer Peter Adelfang einen Einblick in das Aufgabengebiet von APA. Der technische Dienstleister, der jährlich rund 100 Veranstaltungen des DFB betreut, hat dabei zwei Missionen: „Einerseits geht es darum, nach außen hin abzuschirmen, andererseits wollen wir für das DFB-Team und den Staff eine Wohlfühlatmosphäre schaffen.“ Das geschieht durch die Verkleidung der Anlagen vor Ort: Einige Elemente tragen Fotos der Spieler in Aktion, über dem Trainingsgelände steht ein einladendes „Herzlich willkommen“. Die Entscheidung darüber, wie alles vor Ort aussieht, lag letztlich bei Bundestrainer Joachim Löw. APA hatte dem DFB ein detailliertes Konzept zur Gestaltung des Lagers vorgelegt und dann relativ spontan das „Go!“ für die Umsetzung erhalten.

Für derlei kurze Vorlaufzeiten ist naturgemäß ein hoher planerischer und vor allem personeller Aufwand nötig: „Wir haben eine Stammebelegschaft von rund 80 Mitarbeitern. Da wir aber auf der ganzen Welt unterwegs sind, buchen wir uns aus einem Pool von 120 Freelancern flexibel Arbeitskräfte dazu“, so Adelfang. Nötig wird das auch werden, wenn das Team von APA im Juni bei der WM in Russland wieder für den DFB im Einsatz ist. „Wenn Jogi Löw dort am Tisch sitzt, etwa bei einer Pressekonferenz, dann stammt das Branding, also alles, was dort zu sehen ist, von uns“, sagt der gelernte Industriekaufmann Adelfang, der APA 1985 gemeinsam mit seinem Partner Christoph A. Parbel gründete. Turnier-Jahre wie dieses lohnten sich für die Firma übrigens eher mittelfristig: „Solche Veranstaltungen sind auch für uns zunächst mit hohem Aufwand und daher auch mit hohen Kosten verbunden, aber es ist natürlich toll, für einen großen Namen wie den DFB zu arbeiten.“



DFB-Branding von APA am Brandenburger Tor in Berlin



Für die Geschäftsführer Peter Adelfang und Christoph A. Parbel (Mitte) von APA aus Neuwied sind Großveranstaltungen wie die Fußball-WM prestigeträchtige Projekte – und mit viel Planungs- und Personalaufwand verbunden.

## „Süßes und Salziges gehören dazu“

GRIESSON - DE BEUKELAER GMBH & CO. KG, POLCH

Überall sieht man sie dieser Tage wieder, Produkte aus dem Einzelhandel mit aufgedruckten Fußballen, in schwarz-rot-gold oder auf andere Art und Weise das nationale Zusammengehörigkeitsgefühl beschwörend. Kurzum: Die WM naht und das bekommt der Verbraucher mit – ob er will oder nicht. „Muss das denn schon so früh sein?“, fragt man sich als Konsument dann schon mal. Peter Gries, Pressesprecher von Griesson - de Beukelaer aus Polch, bejaht diese Frage.

„Wir starten frühzeitig mit Aktionen, die auf das nationale Ereignis Fußball-Weltmeisterschaft hinarbeiten“, sagt Gries. Eine frühe Positionierung der Produkte sei wichtig für die Sichtbarkeit auf dem stark umworbenen Markt. „Dann kann es auch schon mal sein, dass die Aktionsprodukte bis zum Start des Turniers schon ausverkauft sind – aber dann sind sie eben auch gut gelaufen.“

Der Gebäckhersteller hat aktuell gleich mehrere solcher Aktionen im Programm. Aushängeschild ist die Prinzen Rolle, laut Gries Deutschlands meistverkaufter Keks: „Wir setzen auf eine sehr bewährte Mechanik“, erklärt Gries, „der Kunde kauft drei Produkte der Linie Prinzen Rolle im WM-Design und hat dabei die Chance auf Gewinne von 10.000 Euro, 1.000 Euro oder Prinzen Rolle-Produktpakete. Mit dieser Variante bleiben wir sehr nah am eigentlichen Produkt und auch an der Verkaufsstelle.“ Zusätzlich unterstützt wird die Promotion durch entsprechende Radio-Spots und Social-Media-Werbung.

Snacks und Sportereignisse – das stellt für Gries keinen Widerspruch dar: „Es ist ein Mythos, dass diese Dinge nicht zusammenpassen. Auch Sportler brauchen Kohlenhydrate und die sind in unseren Produkten eben auch drin. Mal davon abgesehen zielen unsere WM-Produkte ja auf das gesellschaftliche Ereignis ab. Und zum Fußballgucken auf der Couch gehören Süßes und Salziges nun mal dazu.“ Die Erfahrung zeige Griesson, dass Kampagnen wie diese gut beim Verbraucher ankommen: „Die WM ist ein nationales Ereignis. Und das möchten wir gemeinsam mit dem Verbraucher zelebrieren.“



Produktbeispiel von Griesson - de Beukelaer im WM-Design



Schon seit April laufen bei Griesson - de Beukelaer Promoaktionen rund um die Fußball-WM, sagt Pressesprecher Peter Gries.



FOTO: LEON MOHR

## „Verstöße werden konsequent verfolgt“

Justizrat Franz Schaffranek (63) ist seit über zehn Jahren Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz. Wir haben uns mit ihm über das Werben mit der Fußball-Weltmeisterschaft unterhalten. Das Wichtigste sei es, so Schaffranek, vor der geplanten Werbeaktion immer genau abzuklären: ‚Darf ich das oder darf ich das nicht?‘

### Viele Unternehmen werben mit der Fußball-WM – mit Begriffen, Symbolen oder Logos. Dürfen die das überhaupt?

Das ist immer eine Frage der Einzelfallprüfung. Aus markenrechtlicher Sicht ist zu beachten: Die FIFA hat sich eine Vielzahl von Begriffen und Zeichen schützen lassen. Diese dürfen Unternehmen, die nicht Sponsoren oder in sonstiger Weise autorisiert sind, also keinen Vertrag mit der FIFA geschlossen haben, nicht nutzen. Wenn sie es doch tun, droht eine Abmahnung. Und auch wenn Sie Begriffe verwenden, die beim Leser, beim Hörer oder beim Zuschauer den Eindruck

erwecken, Sie seien ein Sponsor, dann können Sie als Rufausbeuter oder Trittbrettfahrer angesehen werden. Auch hier schreitet die FIFA ein.

### Welche Begriffe sind denn geschützt?

Die FIFA hat eigens für die WM 2018 öffentliche Richtlinien herausgegeben, in denen ihre offiziellen Marken aufgeführt sind. Dazu hat sie einen sehr hohen Aufwand betrieben, um die Rechte an ihrer Veranstaltung und damit viele Begriffe schützen zu lassen, die auf den ersten Blick gar nicht so nah an der FIFA dran sind. Beispiel ‚WM-Brot‘: Durch die Verwendung dieses Begriffs für eines

Ihrer Produkte kann schon der Eindruck entstehen, dass Sie ein offizieller Sponsor der FIFA-WM sind, dass Sie also eine Lizenz erworben haben für die Nutzung einer solchen Bezeichnung. Dazu sitzen überall auf der Welt Anwälte und Kanzleien, die für die FIFA nach solchen Fällen suchen und diese konsequent als Markenverletzung oder wettbewerbsrechtlich unzulässige Handlung verfolgen.

### Gibt es Begriffe, die man bedenkenlos verwenden kann?

Generell sind rein beschreibende Begriffe nicht schutzfähig, können also

## „Es lohnt sich, die Zulässigkeit einer Werbemaßnahme vorher sachkundig zu prüfen und damit das Risiko einer Abmahnung zu vermeiden.“

Franz Schaffranek



grundsätzlich benutzt werden. Wenn man also sagt ‚es findet die Fußball-WM statt‘, dann wird man das nicht angreifen können. Wenn man aber sagt ‚es findet die FIFA-Fußball-WM statt‘, dann fällt das unter den Markenschutz. In dem Fall wäre eine Nutzung der Bezeichnung ohne Lizenz unzulässig. Scheinbar kleine Unterschiede, die aber rechtlich schon erhebliche Auswirkungen haben können. Allerdings muss es gar nicht immer eine unmittelbare Übernahme des geschützten Begriffes oder Logos sein. Es reicht manchmal schon, wenn man etwas verwendet, was der geschützten Marke ähnlich ist. Wenn Sie ein Logo verwenden, das nicht das offizielle FIFA-Logo ist, diesem aber sehr ähnlich sieht, dann kann das ebenfalls unzulässig sein. Dann nämlich, wenn für den durchschnittlich interessierten Betrachter der Eindruck entsteht ‚das ist ja das Logo der FIFA‘. Das wäre ein Markenverstoß.

### Mit welchen Konsequenzen haben Unternehmer zu rechnen, die verbotenerweise mit von der FIFA geschützten Begriffen werben?

Wie schon erwähnt, hat die FIFA weltweit Anwälte beauftragt, die ständig recherchieren und akribisch nach solchen Verstößen suchen. Wenn ein solcher Verstoß auffliegt, wird das betreffende Unternehmen abgemahnt und zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung aufgefordert. Gleichzeitig können gegebenenfalls Schadensersatzansprüche geltend gemacht werden. Die Abmahnkosten allein können schon sehr hoch sein. Wenn Sie überregional werben, werden schnell mal Streitwerte von 100.000 oder 200.000 Euro zugrunde gelegt, aus denen sich dann die Anwaltsgebühren errechnen. Hinzu kommen dann natürlich noch Gerichtskosten im Falle eines Prozesses, der droht, wenn Sie die Unterlassungserklärung nicht unterzeichnen. Ein solcher kann sich über mehrere Jahre hinziehen und erhebliche Kosten verursachen. Und im Falle einer Verurteilung können eben noch Strafen und/oder Schadensersatzleistungen auf einen zukommen – etwa in Form einer Gewinnabführung. So kann eine unzulässige Werbung leicht einen fünfstelligen Betrag kosten. Diesen Ärger sollte man sich sparen.

### Was können Unternehmer, die mit der Fußball-WM werben wollen, tun, um nicht in eine solche Kostenfalle zu tappen?

Bevor man Bezeichnungen verwendet oder Werbemaßnahmen durchführt, die möglicherweise unzulässig sein könnten, sollte man unbedingt im Einzelfall recherchieren: Darf ich den Begriff verwenden oder darf ich das nicht? Darf ich in der vorgesehenen Weise werben oder nicht? Muss ich die Genehmigung der FIFA einholen und gegebenenfalls eine Lizenz erwerben? Das sollte im Übrigen unter Einbezug einer juristischen Fachkraft geschehen. Für diese sehr spezielle Materie empfiehlt es sich, eine Anwältin

oder einen Anwalt zu Rate zu ziehen, die oder der sich mit Wettbewerbs- und Markenrecht auskennt.

### Wie sieht das beim Thema Public Viewing aus? Was müssen die Anbieter solcher Veranstaltungen beachten?

Auch hier muss man im Einzelfall prüfen: Brauche ich eine Lizenz oder nicht? Dazu gibt es ebenfalls Richtlinien von der FIFA. Generell gilt: Wenn ein gewerbliches Public Viewing betrieben wird – und gewerblich ist es dann, wenn Eintritt verlangt oder sonst ein geschäftlicher Nutzen aus der öffentlichen Darbietung der Fußballweltmeisterschaft erzielt wird, etwa durch erhöhte Speisen- und Getränkepreise, dann müssen Sie eine Lizenz von der FIFA erwerben. Eine solche Lizenz kostet natürlich Geld – je nach Größe der Leinwand und nach Anzahl der Zuschauer mehr oder weniger. Hat man diese nicht vorliegen, kann es, wie auch im Fall einer nicht autorisierten Nutzung von geschützten Begriffen, Symbolen oder Logos zu Abmahnungen, Schadensersatzforderungen und damit verbunden zu erheblichen Unannehmlichkeiten kommen. Dieses Risiko einzugehen, lohnt sich einfach nicht. Denn die drohenden Kosten sind in jedem Fall deutlich höher als die Lizenzgebühr.

### Werben mit der WM

Weitere Infos zum Thema „Werben mit der WM“ und Links zu den offiziellen Richtlinien der FIFA haben wir auf unserer Homepage gebündelt:

[www.ihk-koblenz.de/werbenmitwm](http://www.ihk-koblenz.de/werbenmitwm)

#### Kontakt:

Gülfidan Karasakal

0261 106-246

[karasakal@koblenz.ihk.de](mailto:karasakal@koblenz.ihk.de)



# Rheinland-pfälzischer Außenhandel: Licht und Schatten

Für die rheinland-pfälzische Wirtschaft war das Jahr 2017 ein Rekordjahr – auch im Außenhandel. Allerdings ist die Lage nicht ungetrübt rosig, denn Handelshürden und politische Unsicherheiten im internationalen Umfeld nehmen weiter zu. Das belegt der aktuelle Außenwirtschaftsreport der rheinland-pfälzischen Industrie- und Handelskammern.

„Die rheinland-pfälzische Wirtschaft ist international sehr stark vernetzt“, kommentiert Philipp Nüblein, Außenwirtschaftsexperte der IHK Koblenz, die Ergebnisse des Reports. „Unsere Unternehmen erzielen oft einen großen

Anteil ihres Umsatzes im Ausland – das zeigt, wie wettbewerbsfähig ihre Produkte und Dienstleistungen auch international sind. Die Zunahme der Handelshemmnisse erfüllt uns jedoch mit Sorge: In einem Wettbewerb um die größte Marktabschottung kann es nur Verlierer geben.“

**Auf dieser Doppelseite haben wir die wichtigsten Ergebnisse des Außenwirtschaftsreports für Sie zusammengefasst. Der vollständige Bericht steht auf [www.ihk-rlp.de/aussenwirtschaftsreport](http://www.ihk-rlp.de/aussenwirtschaftsreport) zum Download zur Verfügung.**

## Unser Service im Bereich Außenwirtschaft

**Auskünfte/Beratungen: 7.900**

**Zeugnisse & Bescheinigungen**

• Ausgestellte Ursprungszeugnisse: **21.336**

• Sonstige Bescheinigungen: **8.717**

• Carnets ATA: **448**

**Veranstaltungen**

**26** Außenwirtschaftsveranstaltungen mit **1.126** Teilnehmern

**Ehrenamt**

**34** Mitglieder im Außenwirtschaftsausschuss

Zahlen für IHK Koblenz aus 2017

## ➔ Rekordverdächtiger Außenhandel

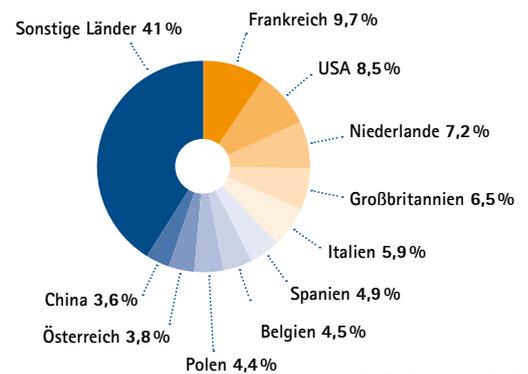
Das anziehende Wachstum der Weltwirtschaft sorgt weiterhin für gute Geschäfte: Die rheinland-pfälzischen Ausfuhren stiegen 2017 im 8. Jahr infolge und legten um 5 Prozent auf 55 Milliarden Euro zu. Die Importe wuchsen sogar um 17 Prozent auf 40,4 Milliarden Euro.

## ➔ EU – Stärkster Handelspartner

Die rheinland-pfälzischen Handelsbeziehungen mit EU-Staaten erreichten im Jahr 2017 sowohl bei den Exporten als auch bei den Importen einen neuen Höchstwert. Die Europäische Union bleibt damit der mit Abstand wichtigste Absatzmarkt für Waren „made in RLP“ – Lieferungen im Wert von 34,5 Milliarden Euro und damit rund 63 Prozent der gesamten Ausfuhren gingen in EU-Länder. Das entspricht einem Zuwachs von 4,7 Prozent gegenüber dem Jahr 2016. Auffallend ist, dass die Ausfuhren in das Vereinigte Königreich (UK) mit einem Minus von 1,5 Prozent unter dem Vorjahresniveau liegen.

### DIE WICHTIGSTEN ABSATZMÄRKTE 2017

Exportanteile in Prozent



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz

## ➔ Handelshemmnisse: Kein Ende in Sicht

40 Prozent der deutschen Unternehmen spürten 2017 eine weitere Zunahme der Handelshemmnisse. Das entspricht einem Anstieg um 9 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr – insbesondere für die exportabhängige Wirtschaft in Rheinland-Pfalz eine besorgniserregende Entwicklung. Aufgrund der vielen Freihandelsabkommen der EU spielen Zölle für deutsche Exporteure eine eher untergeordnete Rolle; die stärksten Beeinträchtigungen erfahren sie durch nicht-tarifäre Hemmnisse, hauptsächlich lokale Zertifizierungsanforderungen und verstärkte Sicherheitsanforderungen. Unter den Regionen, die durch zunehmende Handelsbarrieren auffallen, sticht Russland hervor. Auf den Folgeplätzen liegen China, Nahost und Nordafrika sowie die Türkei.

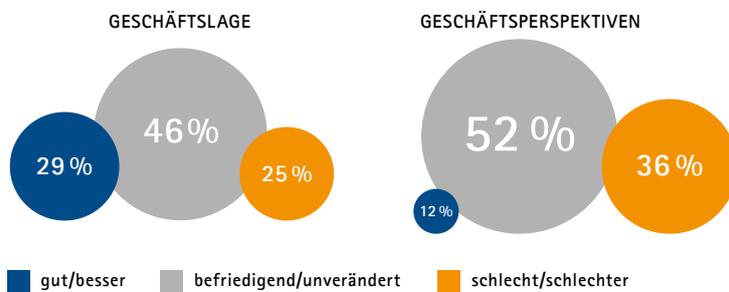


## Handelspartner Großbritannien

Vor zwei Jahren haben sich die Briten für den EU-Austritt entschieden. Sicher ist bislang nur, dass Großbritannien zum 30. März 2019 die EU verlassen haben wird. Auch nach sechs Verhandlungsrunden bleiben selbst die Umrisse der zukünftigen Beziehung weiterhin unklar. Die ersten Auswirkungen des Brexit auf die deutsche Wirtschaft zeichnen sich indes schon ab: Im vergangenen Jahr sind die deutschen Ausfuhren nach Großbritannien um zwei Prozent auf 84 Milliarden Euro gesunken, während die Exporte in den Rest der Welt um fast fünf Prozent zunahmen. Falls es durch den EU-Austritt zur Wiedereinführung von Grenzabfertigungen kommt, könnten rheinland-pfälzische Exporteure im Durchschnitt mit Zusatzkosten zwischen 455 Euro und 960 Euro pro Monat für die Bearbeitung von Zollanmeldungen belastet werden. (Annahme: bei 40 € Stundenlohn = 14 € pro Meldung)

### LAGE UND PERSPEKTIVEN DEUTSCHER UNTERNEHMEN IM UK-GESCHÄFT

in Prozent

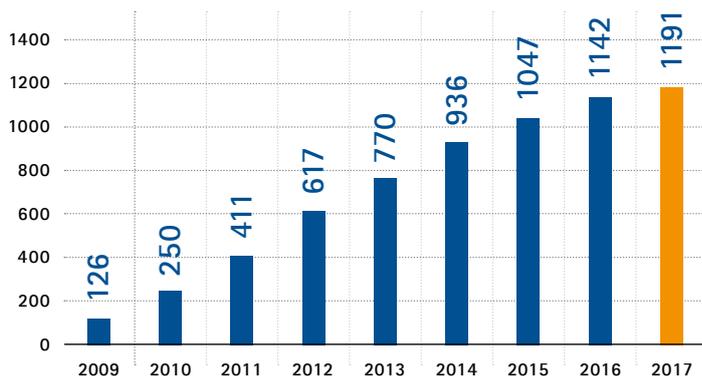


## Handelspartner USA

Die USA, zweitwichtigster Handelspartner für Rheinland-Pfalz, sind Weltmeister im Aufbau von Handelsbarrieren: Seit 2009 steigt die Zahl der von den Vereinigten Staaten eingesetzten diskriminierenden Maßnahmen stetig an. Dass die US-Regierung das Gegenteil von dem erreichen könnte, was sie mit ihrer „America first“-Politik bezweckt, deutet eine Studie des ifo Instituts von 2017 an. Diese Studie untersuchte die wirtschaftlichen Konsequenzen einzelner Drohungen der US-Administration und ergab: Trump schadet nicht nur seinen Handelspartnern, sondern würde insbesondere die US-Wirtschaft sehr negativ treffen.

### ANZAHL DER DISKRIMINIERENDEN MASSNAHMEN DER USA

2009 – 2017



Quelle: ifo Institut (2017):  
<https://www.cesifo-group.de/DocDL/ief-2018-04-yalcin-streinger-trump-handelspolitik-2018-02-22.pdf>

### Außenwirtschaft: Unser Veranstaltungsangebot

- 25.05.2018  
**Compliance im Export**  
 Exportkontrolle durch organisatorische Maßnahmen
- 14.06.2018  
**Österreich und Italien – Mitarbeiterentsendung**  
 Wichtige arbeits- und steuerrechtliche Vorgaben in Österreich und Italien
- 18.06.2018  
**USA – Mitarbeiterentsendung**  
 Wichtige arbeits- und steuerrechtliche Vorgaben in den USA
- 20.08.2018 oder 21.08.2018  
**Reihengeschäfte im EU-Binnenmarkt**  
 Expertenworkshop: umsatzsteuerliche Behandlung von innergemeinschaftlichen Reihengeschäften
- 28.08.2018  
**AHK Business Lounge „Hot Spot Middle East“**  
 Chancen und Herausforderungen im Nahen Osten: Beratung durch Vertreter der Auslandshandelskammern (AHKs) sowie Infos zu Finanzierung und Außenwirtschaftsförderung

**Alle Informationen zu diesen und weiteren Veranstaltungen im Bereich Außenwirtschaft finden Sie auf [www.ihk-koblenz.de/veranstaltungeninternational](http://www.ihk-koblenz.de/veranstaltungeninternational)**

#### Kontakt:

Philipp Nüßlein

0261 106-206

[nuesslein@koblenz.ihk.de](mailto:nuesslein@koblenz.ihk.de)



# Der Fachkräftemangel und seine Folgen

Vier von fünf Unternehmen im IHK-Bezirk Koblenz sehen sich derzeit oder bald vom Fachkräftemangel betroffen – das gilt für praktisch alle Branchen. Dies ergab eine Umfrage der IHK Koblenz bei ihren Mitgliedsunternehmen. Aus den Antworten haben wir nun erstmals einen regionalen Fachkräftereport erstellt.

Neben der Digitalisierung ist es derzeit vielleicht das bedeutendste Thema für viele Unternehmen: Fachkräfte. Oder richtiger: der in vielen Branchen zunehmende Mangel von Fachkräften. Wenn Betriebe keine qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter finden, müssen sie unter Umständen Aufträge ablehnen oder Expansionspläne verschieben, kurz: Es wird unangenehm. Nicht nur für die betroffenen Unternehmen. Sondern auch für die Volkswirtschaft insgesamt. Nach Angaben des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln (IW) fehlen am deutschen Arbeitsmarkt derzeit etwa 440.000 qualifizierte Arbeitskräfte. „Wenn deutsche Unternehmen diesen Fachkräftebedarf decken könnten, würde die Wirtschaftsleistung in Deutschland um bis zu 0,9 Prozent oder rund 30 Milliarden Euro höher ausfallen“, heißt es in einer Studie, die das IW am 16. April veröffentlichte.

„Auch in unserem IHK-Bezirk klagen viele Betriebe über Fachkräftemangel“, sagt Sabine Mesletzky von der IHK Koblenz. Sie leitet das Team Fachkräftesicherung und ist mit ihren vier Kolleginnen und Kollegen viel in den Firmen unterwegs. Genauere Zahlen und Zusammenhänge hätten aber bisher gefehlt. Das nahm die IHK nun zum Anlass, eine Umfrage bei ihren Mitgliedsbetrieben zum Thema Fachkräfte durchzuführen. Können sie ihren Bedarf an qualifizierten Fachleuten derzeit noch problemlos decken oder sehen sie sich bereits akut vom Fachkräftemangel betroffen? Welche Qualifikationsniveaus sind besonders gefragt und welche Branchen besonders betroffen? Auf diese und viele weitere Fragen erhielt die IHK Antworten aus 262 Betrieben, die zusammen etwa 25.000 Beschäftigte repräsentieren.

## Drei von fünf Unternehmen sind schon jetzt vom Fachkräftemangel betroffen

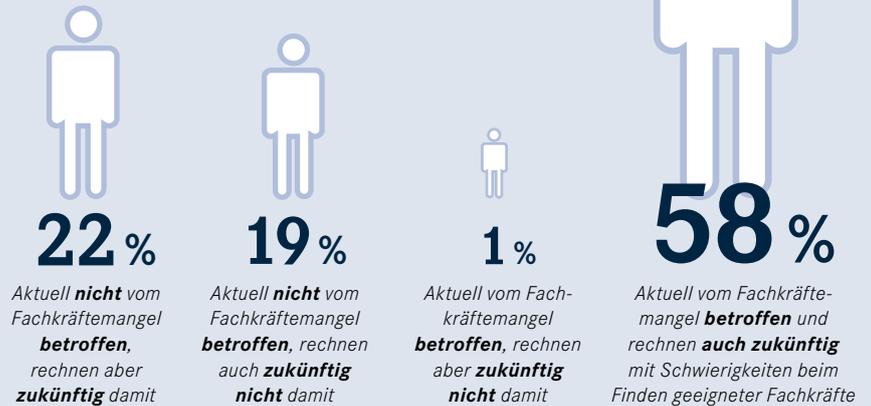
Die wichtigste Erkenntnis: 58 Prozent der befragten Unternehmen sehen sich

bereits vom Fachkräftemangel betroffen und rechnen auch künftig mit Schwierigkeiten. Weitere 22 Prozent spüren ihn momentan noch nicht, gehen aber künftig von einem Engpass aus. Nur jeder fünfte Betrieb sieht weder aktuell noch in der näheren Zukunft Schwierigkeiten.

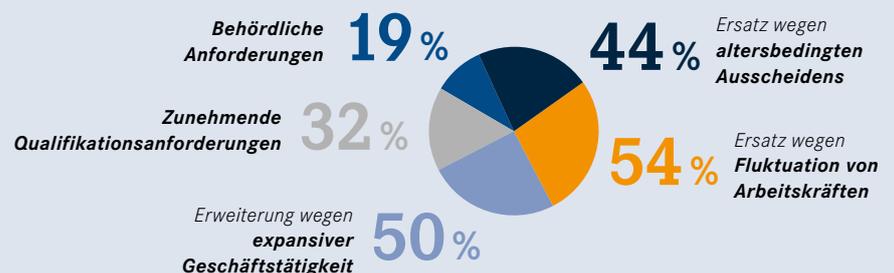
Die Unternehmen, die sich bereits jetzt vom Fachkräftemangel betroffen sehen und auch künftig damit rechnen, verteilen sich über sämtliche Branchen. Besonders häufig berichten jedoch Betriebe der Dienstleistungswirtschaft von akuten Engpässen. Am zweitstärksten betroffen zeigen sich Tourismus und Gastgewerbe.

Zudem wollte die IHK wissen, aus welchen Gründen die Firmen neue Fachkräfte suchen. Die Top-Argumente: Ersatz wegen Fluktuation von Beschäftigten (54 Prozent), Erweiterung wegen expansiver Geschäftstätigkeit (50 Prozent) und Ersatz wegen altersbedingtem Ausscheidens (44 Prozent). Je nach Branche ist die Gewichtung allerdings unterschiedlich. Während Letzteres in der Industrie der Top-Grund ist, suchen Tourismus und Gastgewerbe vor allem Ersatz wegen Fluktuation. Im Handel und in der Dienstleistungswirtschaft stehen Erweiterungen wegen expansiver Geschäftstätigkeit, für die zusätzliche Fachkräfte benötigt werden, ganz oben.

## Ist Ihr Unternehmen vom Fachkräftemangel jetzt oder zukünftig betroffen?



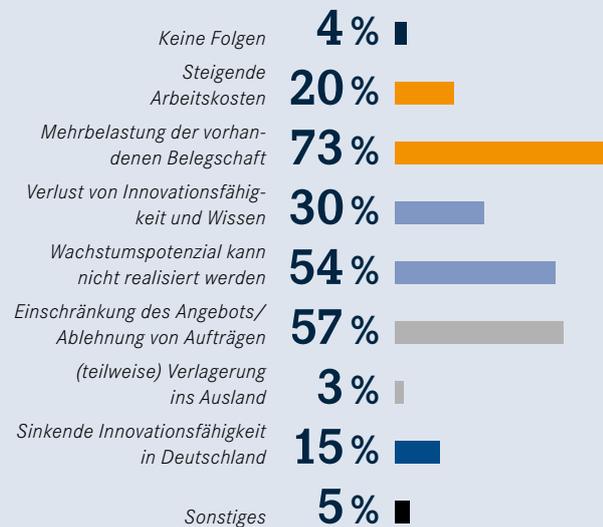
## Gründe für die Suche nach Fachkräften



## Änderung der Rahmenbedingungen – was hilft bei der Fachkräftesicherung?



## Folgen anhaltenden Fachkräftemangels für Ihr Unternehmen?



### „Eindrucksvoller Beleg für die Bedeutung der Ausbildung“

Die meisten Betriebe suchen Fachkräfte mit abgeschlossener Ausbildung (73 Prozent). Ebenfalls großen Wert legen die Firmen auf Fachkräfte mit Langzeiterfahrung. Ungefähr jedes dritte Unternehmen (38 Prozent) sieht künftig Schwierigkeiten darin, genügend Auszubildende zu finden. Dagegen bereitet nur 16 Prozent der Firmen die Akquise von Fachhochschul- und Hochschulabsolventen Sorge. Dazu passt, dass sich 63 Prozent der befragten Unternehmen eine Stärkung der beruflichen Bildung wünschen, 65 Prozent plädieren zudem dafür, die Qualifikation der Schulabgänger zu verbessern.

„Dieses Ergebnis ist ein eindrucksvoller Beleg für die Bedeutung der dualen Ausbildung. Wir werden deshalb künftig noch mehr dafür tun, junge Menschen und ihre Eltern von den Perspektiven einer beruflichen Ausbildung samt späteren Aufstiegsqualifizierungen zu überzeugen“, kommentiert Bernhard Meiser, Geschäftsführer Aus- und Weiterbildung der IHK Koblenz, die Umfrage.

„Aber auch die Berufsschulen als dualer Partner müssen gestärkt werden, indem seitens des Bildungsministeriums zum

Beispiel für die leidige Fachklassenfrage eine spürbar flexiblere Lösung geboten wird“, fordert Meiser. Zudem bietet die IHK den Mitgliedsunternehmen die Unterstützung des Teams Fachkräftesicherung an. Zugleich empfiehlt Meiser den Unternehmen, genügend Zeit und Ressourcen für Recruiting und Arbeitgebermarketing aufzuwenden. Eine Orientierung dazu bietet die IHK im Rahmen ihrer Workshopreihe „Azubicampus“.

Außerdem soll die Region für Arbeitnehmer bekannter gemacht werden. „Die IHK setzt sich dafür ein, die Wahrnehmung unserer Region als attraktiver Standort zum Leben und Arbeiten zu verbessern. Nur so wird es dauerhaft gelingen, mehr Fachkräfte in der Region zu halten oder von anderswo zu gewinnen“, sagt dazu Robert Lippmann, Geschäftsführer Standortpolitik der IHK Koblenz.

„Und noch etwas: Suchen Sie sich Netzwerke“, rät Lippmann, „denn der Austausch mit anderen Unternehmen und Arbeitsmarktakteuren führt eigentlich immer zu guten Ergebnissen.“ Als Beispiele nennt er die Fachkräfteallianz Mayen-Koblenz und die Zukunftsallianz Cochem-Zell.

### Die Folgen des Mangels: Mehrbelastung, weniger Aufträge, nachlassende Innovationskraft

Ließe sich der Fachkräftemangel nicht rasch beseitigen, hätte das erhebliche Folgen für die Unternehmen. 73 Prozent fürchten dadurch eine andauernde Mehrbelastung der vorhandenen Belegschaft, was wiederum die Ausfallgefahr erhöht. Etwa jeder zweite Betrieb (57 Prozent) rechnet bei anhaltendem Fachkräftemangel damit, das eigene Angebot einschränken und Aufträge ablehnen zu müssen. In gleicher Größenordnung (54 Prozent) sehen die Firmen eine Einschränkung ihres Wachstumspotenzials. 30 Prozent fürchten zudem den Verlust von Wissen und Innovationsfähigkeit.

**Der komplette Fachkräftereport erscheint Ende Mai als Broschüre und steht dann auf [www.ihk-koblenz.de/fachkraeftereport](http://www.ihk-koblenz.de/fachkraeftereport) zum Download bereit.**

Lothar Schmitz

#### Kontakt:

Sabine Mesletzky  
0261 106-166

[mesletzky@koblenz.ihk.de](mailto:mesletzky@koblenz.ihk.de)



## Die Lösung liegt in der Weiterbildung

In Zeiten von erkennbarem Fachkräftemangel, Vollbeschäftigung und sinkenden Schülerzahlen müssen die Personalverantwortlichen der Unternehmen neue Wege beschreiten. Bei der strategischen Planung zur Zukunftssicherung des Betriebs spielt die Weiterbildung der Mitarbeiter daher eine immer größere Rolle. Zusätzlich sorgen Digitalisierungsprozesse dafür, dass Mitarbeiter sich weiterentwickeln und neue Fähigkeiten aneignen müssen.

Nachdem in die berufliche Bildung viele Jahre – im Vergleich zur schulischen und akademischen Bildung – von öffentlicher Seite eher wenig investiert wurde, denkt man mittlerweile auch auf politischer Ebene um: Die Förderangebote werden zahlreicher, die Fördersummen höher. Unabhängig von regionalen Initiativen werden diese überwiegend aus Bundes- oder Landesmitteln finanziert. Wir haben für Sie die wesentlichen Förderprogramme zusammengestellt:

### Weiterbildungsstipendium

Das Weiterbildungsstipendium ist ein Förderprogramm des Bundesministeriums für Bildung und Forschung. Gefördert werden fachbezogene, fach- oder berufsübergreifende berufliche Weiterbildungen, Weiterbildungen zur Vorbereitung auf Prüfungen der höheren Berufsbildung (zum Beispiel Meister/in, Techniker/in, Betriebswirt/in, Fachwirt/in) und Weiterbildungen, die der Persönlichkeitsentwicklung dienen, soziale Fähigkeiten vermitteln oder zur aktiven Mitwirkung an beruflichen und gesellschaftlichen Entwicklungen befähigen. Zuschüsse von bis zu 7.200 Euro über drei Jahre können die Stipendiaten so erhalten; mindestens 10 Prozent der Kosten müssen sie selbst tragen. Weitere Informationen: [www.ihk-koblenz.de/weiterbildungsstipendium](http://www.ihk-koblenz.de/weiterbildungsstipendium)

### Aufstiegs-BAföG

Früher auch bekannt unter dem Namen „Meister-BAföG“, fördert das Aufstiegs-BAföG zum Beispiel Lehrgänge zum Fachkaufmann, Fachwirt, Meister, Industrie- und Fachmeister sowie zum Betriebswirt IHK und technischen Betriebswirt IHK. Die einkommensunabhängige maximale Förderung von

Lehrgangs- und Prüfungskosten je Antragsteller beträgt bis zu 15.000 Euro, bei einem einkommensunabhängigen Zuschussanteil von 40 Prozent. Bei erfolgreichem Abschluss können 40 Prozent der über das Gesetz in Anspruch genommenen Darlehen für die Lehrgangs- und Prüfungskosten erlassen werden. Interessierte finden einen digitalen Selbstcheck zur Förderberechtigung und weitere Informationen auf [www.ihk-koblenz.de/aufstiegsbafoeg](http://www.ihk-koblenz.de/aufstiegsbafoeg).

### Aufstiegsbonus I und II

Ganz neu, zumindest in Rheinland-Pfalz, ist der Aufstiegsbonus, der sich aus Landesmitteln speist. Der Aufstiegsbonus I soll zur Angleichung von beruflicher und akademischer Bildung beitragen und wird allen gewährt, die erfolgreich eine Meisterprüfung oder eine gleichwertige Fortbildungsprüfung abgelegt haben und bei denen das Prüfungsergebnis nach dem 1. Januar 2017 festgestellt wurde. Weitere Voraussetzung ist, dass der Beschäftigungsort zum Zeitpunkt der Feststellung des Prüfungsergebnisses in Rheinland-Pfalz lag oder, sofern zu diesem Zeitpunkt kein festes Beschäftigungsverhältnis bestand, der ständige Erstwohnsitz innerhalb des Landes lag. Bei fachlich unterschiedlichen Abschlüssen kann der Bonus auch mehrfach gewährt werden. Der Aufstiegsbonus II ist geeignet für

alle Absolventen der höheren beruflichen Bildung, die sich spätestens 10 Jahre nach Abschluss selbstständig machen. Der Bonus beträgt 2.500 Euro pro Person für eine anerkannte Existenzgründung, also bei

- Gründung einer selbstständigen Vollexistenz,
- Übernahme eines bestehenden Betriebes,
- Erwerb einer tätigen Beteiligung (mindestens 25 Prozent, Sperrminorität vorhanden) sowie
- schrittweiser Entwicklung einer Selbstständigkeit, begleitend zu einer bestehenden abhängigen Beschäftigung oder Einstieg in die Erwerbstätigkeit (Nebenerwerbsgründung).

Weitere Informationen:

[www.ihk-koblenz.de/aufstiegsbonus](http://www.ihk-koblenz.de/aufstiegsbonus)

**Informationen zu weiteren Fördermöglichkeiten, wie etwa dem Bildungsfreistellungsgesetz, den Bildungsgutscheinen, der Bildungsprämie und dem QualiScheck, haben wir auf [www.ihk-koblenz.de/foerdermoeglichkeiten](http://www.ihk-koblenz.de/foerdermoeglichkeiten) zusammengestellt.**



FOTO: FOTOLIA

### Kontakt:

Bernhard Meiser

0261 106-132

[meiser@koblenz.ihk.de](mailto:meiser@koblenz.ihk.de)



Zur Sache

## Internationaler Handel ohne Hemmnisse?

Wirtschaftswissenschaftlern ist der Konflikt scheinbar unversöhnlicher Interessen wohlbekannt: Bei jedem Handel muss man nachgeben, um durch einen Kompromiss überhaupt zu einer Einigung zu gelangen – und schlussendlich daraus einen gewissen Vorteil zu ziehen. Auch bei der Verhandlung der Außenwirtschaftsbeziehungen von Staaten gilt diese goldene Regel seit jeher. Selbst wenn der wirtschaftlich stärkere Akteur regelmäßig ein größeres Stück vom Kuchen abbekommt: Ganz ohne Kompromisse auf beiden Seiten geht es nicht.

Mit Blick auf die aktuellen Entwicklungen im Welthandel steht nun aber die Frage im Raum, ob dieser Grundsatz weiterhin Gültigkeit hat. Oder anders gesagt: Wie viel einseitige Interessensvertretung nationalstaatlicher Prägung verträgt der Welthandel? Nicht erst seit gestern verzeichnet die jährliche Außenwirtschaftsumfrage der IHK-Organisation eine deutliche Zunahme von Hemmnissen für den internationalen Handel. In diesem Jahr fiel der Anstieg der Handelshemmnisse mit plus 40 Prozent erneut kräftig aus; ein Abebben der protektionistischen Tendenzen ist weiterhin nicht absehbar.

Für den Welthandel ist diese Entwicklung mehr als nur ein Alarmsignal. Bereits heute zählt die Welthandelsorganisation (WTO) 23.690 sogenannte technische Handelshemmnisse (TBT). Davon entfallen 1.523 Regelungen auf die USA, die damit noch vor China (aktuell 1.250 TBTs in Anwendung) rangieren. Bevor wir jetzt aber auf „die bösen anderen“ zeigen: Auch die EU hat 1.140 eigene technische Handelshemmnisse aufgebaut – und hält so mit den USA und China locker mit.

Nachdem jahrelang ein Abbau sogenannter tarifärer Handelshemmnisse verzeichnet werden

konnte, übrigens – schon seit 1948 erklärtes Ziel der WTO – erschüttert nun insbesondere die US-Regierung mit Strafzollenszenarien ihre Handelspartner. Der derzeitige US-Präsident ist bekanntlich ein großer Anhänger bilateraler Handelsabkommen, deren Zahl in den vergangenen Jahren erheblich gestiegen ist. Man könnte also vermuten, er zwingt die bisherigen amerikanischen Partner gezielt in die Rolle der Verhandlungsgegner, um am Ende ein größeres Stück vom neu verteilten Kuchen abzubekommen.

Die Verhandlungsposition der US-Administration scheint damit klar. Aber wie könnte ein Kompromiss aussehen? Die noch laufenden Gespräche zwischen US-Handelsminister Wilbur Ross und der EU-Handelskommissarin Cecilia Malmström über mögliche Vereinbarungen rund um Zölle zwischen den beiden Wirtschaftsräumen lässt noch keine abschließende Bewertung zu – aber leider wenig Gutes erahnen. Die Senkung der Zölle auf US-Autoimporte oder die Öffnung des EU-Marktes für mehr amerikanisches Rindfleisch sind sicher Beiträge zum freien Warenhandel. Eine handelspolitische Allianz zwischen den USA und der EU gegen China oder eine „freiwillige“ Reduktion der europäischen Stahl- und Aluminiumexporte, um US-Strafzölle zu verhindern, wären es allerdings nicht. Dass ein solches Unterlaufen der etablierten WTO-Regeln überhaupt gedacht und diskutiert wird, zeigt, wie es um den freien Welthandel aktuell bestellt ist.

### Kontakt:

Robert Lippmann  
0261 106-214

[lippmann@koblenz.ihk.de](mailto:lippmann@koblenz.ihk.de)



## Datenschutzgrundverordnung – droht eine neue Abmahnwelle?

Je näher der 25. Mai, der Stichtag der neuen EU-Datenschutzgrundverordnung rückt, desto mehr Betriebe arbeiten an der Umsetzung der datenschutzrechtlichen Anforderungen. Wir unterstützen dabei mit einer Reihe kostenfreier Informationsveranstaltungen, vielen Informationen auf unserer Webseite und zahlreichen Telefongesprächen. Immer wieder wird auch die Frage nach einer neuen Abmahnwelle gestellt. Im Wesentlichen geht es dabei darum, ob die Normen der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) beziehungsweise des (neuen) Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) sogenannte Marktverhaltensregelungen im Sinne des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) darstellen.

Auch wenn Details mit Blick auf die künftige Rechtslage noch unklar oder auch nach bisheriger Rechtslage umstritten sind, empfiehlt es sich für jeden Betrieb, das eigene „Fenster nach außen“ zu

überprüfen. Generell kritisch sind folgende Punkte:

- Datenschutzhinweis auf der Webseite
- Datenverarbeitung für Werbezwecke (zum Beispiel Newsletter) ohne wirksame Einwilligung
- Verwendung personenbezogener Daten für einen anderen als den vereinbarten Zweck
- Falls ein Datenschutzbeauftragter bestellt ist: Nennung der Kontaktdaten
- Hinweis auf Beschwerderecht bei der Aufsichtsbehörde für Datenschutz (in Rheinland-Pfalz: Landesbeauftragter für den Datenschutz und die Informationsfreiheit in Mainz, siehe Interview in IHK Journal 11/12 2017)
- Umsetzung der Transparenzanforderungen (Informationspflicht, Auskunftsanspruch) nach Art. 12-15 DSGVO

Bei der Umsetzung, zum Beispiel bei der Überprüfung der Webseite und der

Erstellung geeigneter Datenschutzhinweise, kann die Hinzuziehung eines entsprechenden Dienstleisters hilfreich sein.

**Weitere Infos auf [www.ihk-koblenz.de/recht/Datenschutz](http://www.ihk-koblenz.de/recht/Datenschutz)**

### Kontakt:

Helene Rörig  
0261 106-218  
[rorig@koblenz.ihk.de](mailto:rorig@koblenz.ihk.de)



### Info-Service

Die IHK Koblenz informiert ihre Mitglieder per E-Mail über aktuelle Rechtsthemen und gibt Hinweise zu aktuellen Veranstaltungen aus dem Bereich Recht und Steuern. Interessierte können sich hier anmelden: [www.ihk-koblenz.de/recht](http://www.ihk-koblenz.de/recht)

## Neue Spitze im Landessteuerausschuss

Im gemeinsamen Finanz- und Steuerausschuss der vier rheinland-pfälzischen IHKs hat es einen Führungswechsel gegeben. Der Vorsitzende Ralf Herbener und sein Stellvertreter Dr. Michael Böhmer legten nach vielen Jahren ihre Ämter nieder. Der Ausschuss wählte Werner Thumbs zum neuen Vorsitzenden und Wolfgang Küster zu seinem Stellvertreter. Der Ausschuss dankte Herbener und Böhmer für die langjährige engagierte und erfolgreiche Arbeit in dieser Führungsposition. Sowohl Herbener als auch Böhmer werden weiterhin als Ausschussmitglieder fungieren und die IHKs bei der Meinungsbildung in Fragen der Finanz- und Steuerpolitik unterstützen.



Die neue Spitze im Finanz- und Steuerausschuss der IHK-Arbeitsgemeinschaft des Landes Rheinland-Pfalz (von links): Wolfgang Küster, neu gewählter stellvertretender Vorsitzender, Ralf Herbener, bisheriger Vorsitzender, Werner Thumbs, neu gewählter Vorsitzender, und Dr. Ingrid Vollmer, Geschäftsführerin des Ausschusses

# WIRTSCHAFT IN DER REGION



FOTO: SASCHA DITSCHER



FOTO: STEFAN F. SÄMMER

## HOCHSCHULPREIS DER WIRTSCHAFT 2018

Computergesteuerte Kameras, die Hafencontainer in Sekundenschnelle identifizieren können, ein neuartiges Konzept zur mechanischen Verbindung von Blechen und Abfallprodukte, die als wertvoller Produktionsstoff eingesetzt werden können: Sechs innovative Studienarbeiten haben wir kürzlich wieder mit dem Hochschulpreis der Wirtschaft ausgezeichnet.

Wir gratulieren nochmals herzlich den Preisträgern:



- **Daniel Jud**  
**Betreuung:** Univ.-Prof. Dr. Ulrich Seidenberg, Universität Siegen  
**Kooperationsunternehmen:** Thomas Magnete GmbH, Herdorf
- **Laura Kirsch**  
**Betreuung:** Prof. Dr. Thorsten Schaper, Hochschule Trier, Umwelt-Campus Birkenfeld  
**Kooperationsunternehmen:** Fissler GmbH, Idar-Oberstein
- **Isabelle Kuhlmann**  
**Betreuung:** Prof. Dr.-Ing. Dietrich Paulus, Universität Koblenz-Landau, Campus Koblenz  
**Kooperationsunternehmen:** Motec GmbH, Koblenz
- **Matthias Lehner**  
**Betreuung:** Prof. Dr. Manfred Breitbach, Hochschule Koblenz, RheinMoselCampus, Koblenz  
**Kooperationsunternehmen:** Heinz Schnorpfeil Bau GmbH, Treis-Karden
- **Tobias Leukel**  
**Betreuung:** Univ.-Prof. Dr.-Ing. Bernd Engel, Universität Siegen  
**Kooperationsunternehmen:** Federal-Mogul Sealing Systems GmbH, Herdorf  
Technologie-Institut für Metall und Engineering GmbH (TIME), Wissen
- **Christian Wilhelms**  
**Betreuung:** Prof. Dr. Marc Nadler, Hochschule Koblenz, RheinMosel-Campus, Koblenz  
**Kooperationsunternehmen:** Zeller Engineering GmbH, Zell (Mosel)

## ENERGIE-SCOUTS: GEWINNER AUS IDAR-OBERSTEIN

Insgesamt 114 Auszubildende aus 36 Unternehmen haben wir und die drei weiteren rheinland-pfälzischen IHKS 2018 zu Energie-Scouts weitergebildet. Die Energie-Scouts suchen in ihren Betrieben nach Möglichkeiten, die Energieeffizienz zu steigern. Im Beisein des Staatssekretärs im rheinland-pfälzischen Ministerium für Umwelt und Energie, Dr. Thomas Griese, haben wir herausragende Projektarbeiten kürzlich in Mainz ausgezeichnet. Der Gewinner des Wettbewerbs kommt aus unserem Bezirk: **Jonathan Reese** hatte in seinem Betrieb, der Magna Exteriors GmbH aus Idar-Oberstein, das Heizregister – einen Teil der Klimaanlage – als Energieleck ausfindig gemacht und eine Idee entwickelt, wie diese Lücke geschlossen werden könnte. Dazu gratulieren wir nochmals herzlich!

## „GEMEINSAM KÖNNTEN WIR EINE VIEL GRÖßERE WIRKUNG ERZIELEN“

Im März hat Christian Lindner, 35, den Vorsitz des Ahrtal-Tourismus e. V. vom bisherigen Vorsitzenden Maternus Fiedler übernommen. Zusammen mit seiner Frau führt Lindner das Privat-Hotel Villa Aurora in Bad Neuenahr-Ahrweiler. Im Interview spricht er über Themen, die seine Amtszeit prägen werden.

### Herr Lindner, wie sind Sie zu Ihrem neuen Amt gekommen?

Seit der letzten Wahlperiode bin ich im Vorstand des Vereins. Als es um die Nachfolge von Maternus Fiedler ging, hat man mich angesprochen. Ich habe mir die Sache gut überlegt, denn ich bin frisch Vater geworden und betreibe das Hotel Aurora gemeinsam mit meiner Frau. Letztendlich habe ich mich für das Amt entschieden, weil ich überzeugt bin, dass man sich als Unternehmer, aber auch als junger Mensch einbringen sollte, wenn man hier in Bad Neuenahr-Ahrweiler eine Zukunft sieht.

### Was, denken Sie, wird die wichtigste Herausforderung Ihrer Amtszeit?

Tourismus und Weinbau sind eine elementare Säule der Wirtschaft im Ahrtal. Umso wichtiger ist es, dass wir uns als Tourismusregion nach außen präsentieren. Zurzeit treten verschiedene Akteure in die Öffentlichkeit und investieren Geld, neben unserem Verein etwa die Werbegemeinschaften. Alle wollen das Gleiche, doch die Aktivitäten laufen aneinander vorbei. Gemeinsam könnten wir eine viel größere Wirkung erzielen. Unsere Gäste müssen zu jeder Zeit wissen, dass sie im Ahrtal sind – und warum.



FOTO: PRIVAT

Christian Lindner, Vorsitzender des Ahrtal-Tourismus e. V.

### Welche Themen beschäftigen die Tourismuswirtschaft in der Region?

Über allem steht natürlich die Landesgartenschau: Sie ist eine Riesenchance für die Stadt, sich weiterzuentwickeln, und zwar deutlich schneller als ohne das Großereignis. Dabei werden gar nicht unbedingt die sechs Monate entscheidend sein, in denen die Schau stattfindet – obwohl der Tagestourismus natürlich enorm wichtig ist –, sondern die Zeit danach. Die Landesgartenschau wird unsere Region bekannter machen und übrigens auch für die Einwohner ein deutliches Mehr an Lebensqualität bringen, etwa in puncto Infrastruktur.

### Und die Themen jenseits der Landesgartenschau?

Ein Thema ist beispielsweise der Tourismusbeitrag: Dass der Beitrag im Januar nicht so stark erhöht wurde wie geplant, ist auch dem Einsatz der Gastronomen und Hoteliers geschuldet. Wir zahlen den Beitrag gern, denn wir profitieren davon, dass die Stadt sauber und gepflegt ist – aber die Grenze ist erreicht, denn es handelt sich um Geld, das wir nicht in unsere Betriebe investieren können. Ein noch dringlicheres Thema ist für viele Unternehmen die Nachfolge: Die Zahl der kleinen Familienbetriebe geht ungeheuer schnell zurück, weil sich keine Nachfolger finden. Und jedes Bett weniger in der Region bedeutet einen Menschen weniger, der hier in den Geschäften einkaufen, in den Restaurants essen kann. Das ist ein Rattenschwanz.

### Sehen Sie Möglichkeiten, die Entwicklung zu bremsen?

Ich denke, ein ganz entscheidender Stolperstein für viele potenzielle Nachfolger ist die Bürokratie. Seit Jahren sprechen wir über Bürokratieabbau und jedes Jahr kommt irgendetwas dazu. Kein Wunder, wenn junge Menschen angesichts dieses Dickichts einen Betrieb nicht weiterführen möchten. Uns Unternehmern wird durch die Bürokratie Arbeitszeit genommen, die wir nicht beim Gast verbringen. Die Politik muss hier einen vernünftigen Rahmen schaffen, in dem wir Unternehmer agieren können.

## JUBILARE IM MAI

### 125 Jahre

Max Brockhaus e. K., Remagen

### 50 Jahre

Reha-Verlag GmbH, Remagen

### 25 Jahre

Ludwig Mann, Grafschaft  
Rachid Arfaoui, Bad Breisig

### 10 Jahre

Nadja Neumann, Grafschaft

## JUBILARE IM JUNI

### 25 Jahre

POLI-TAPE Klebefolien GmbH, Remagen

### 10 Jahre

Armin Linden Logistik Ltd. & Co. KG,  
Bad Neuenahr-Ahrweiler  
Karl Edmund Schafgans-Gülker,  
Bad Neuenahr-Ahrweiler  
PETCYCLE GmbH, Bad Neuenahr-Ahrweiler  
Ruth Holbach, Adenau

## WECHSEL BEI WARLICH DRUCK

Andreas Knieps, 46, ist neuer geschäftsführender Gesellschafter der Warlich Druck RheinAhr GmbH. Er trat kürzlich die Nachfolge von Georg Warlich an, der nach 54 Berufsjahren in den Ruhestand ging. Gemeinsam mit Martin Warlich, dem jüngeren Bruder von Georg Warlich, führt Knieps nun das Unternehmen, das an seinen Standorten in Köln-Godorf und Bad Neuenahr-Ahrweiler 80 Mitarbeiter beschäftigt. Knieps ist seit 2002 bei Warlich Druck beschäftigt. Der Medienfachwirt leitete zehn Jahre lang die Produktion.

### Kontakt:

Dr. Bernd Greulich  
02641 99074-13

greulich@koblenz.ihk.de  
www.ihk-koblenz.de/ahrweiler



## UNSICHTBARE UND SICHTBARE VERBINDUNGEN

Um Verbindungen ging es schon am Anfang, 1949, als der Ingenieur Wilhelm Schneider und sein Sohn Helmhold eine kleine Produktionsstätte in der Kölner Straße in Altenkirchen erwarben und die Firma WERIT Kunststoffwerke gründeten. Denn produziert wurden dort zunächst Materialien für die Elektroinstallation, darunter Klemmen für die Verbindung von Kabeln und Leitungen. In den folgenden Jahrzehnten erweiterten Isolatoren für Weidezäune, Schutzhelme und Öltanks die Produktpalette des stetig wachsenden, heute zehn Standorte in Europa und 600 Mitarbeiter umfassenden Unternehmens. Als im Zuge der Energiekrisen Öltanks weniger nachgefragt wurden, rückten an ihre Stelle Industriepalettencontainer (IPC) für flüssige und pastöse Stoffe. Materialien für die Elektroinstallation blieben aber weiter im Programm. „Da gibt es jetzt allerdings viel Konkurrenz“, erklärt Günther Mackens, Prokurist und Vertriebsleiter bei WERIT, „und bei den großvolumigen IPCs kämpfen wir gegen steigende Transportkosten. Daher ist es umso wichtiger, von verschiedenen Standorten aus arbeiten zu können.“

Das Familienunternehmen setzt bei seinen Produktkonzepten auf Nachhaltigkeit und neueste technologische Entwicklungen. Vor drei Jahren startete der jüngste Produktbereich von WERIT, „PHOTONconnect“ – ein Lichtwellenleiter-System für die schnelle Datenübertragung von bis zu 10 Gigabite pro Sekunde. Das scheint zunächst kaum zu den bisherigen Geschäftsbereichen zu passen. Auf den zweiten Blick aber schon, wie Mackens erläutert: „Um Verbindungen ging es ja schon bei den Klemmen – genauso ist es bei PHOTONconnect. Hier geht es eben um die Verbindung in internen Netzwerken mithilfe von Lichtwellenleitern.“

Bei der technischen Umsetzung setzt das Unternehmen auf Glas-Optische-Fasern (GOF) und mehr noch auf Polymer-Optische-Fasern (POF). Diese Materialien besitzen hervorragende Eigenschaften. POFs sind gerade mal zwei Millimeter dünn und lassen sich auch bei der Modernisierung von Gebäuden gut „verstecken“. Außerdem sind sie flexibel und werkzeuglos selbst von Laien anzuschließen – man spart sich also den Elektroinstallateur. Hinzu kommt die große Leistungsfähigkeit der POFs gegenüber den bislang gebräuchlicheren Materialien. Und schließlich sind POFs auch in



FOTO: WERIT KUNSTSTOFFWERKE W. SCHNEIDER GMBH & CO. KG

*WERIT produziert Materialien für die Elektroinstallation, bietet aber mittlerweile auch Lichtwellenleiter-Systeme für schnelle Datenübertragung an.*

Sachen Datensicherheit kaum zu schlagen, denn bei einem Lichtwellenleiter gibt es, anders als beim Kupferkabel, kein elektromagnetisches Feld, aus dem Daten herausgefischt werden können.

„Besonders in Privathaushalten ist die Nachfrage nach leistungsfähigen Netzwerken groß“, erläutert Günther Mackens, „weil Streamingdienste oder Spiele eine hohe Kapazität verlangen.“ Daher sei die Technik für den Smarthome-Markt ebenso

interessant wie für die Wohnungswirtschaft, für Gewerbeimmobilien, für Schulen, Hotels, Krankenhäuser oder die Industrie.

*Dr. Lieselotte Sauer-Kaulbach*

### Kontakt:

Oliver Rohrbach  
02681 87897-10  
rohrbach@koblenz.ihk.de  
www.ihk-koblenz.de/  
altenkirchen



## JUBILARE IM MAI

### 25 Jahre

Kriff & Zipsner GmbH Maschinenbau,  
Steinebach

## JUBILARE IM JUNI

### 25 Jahre

Gerd Rüdiger Zeller, Herdorf  
Karl-Heinz Mertens „Radsport“, Fluterschen

### 10 Jahre

Caroline Ermert, Betzdorf

## NETZWERK JUNGER UNTERNEHMER

Jeden ersten Dienstag im Monat treffen sich die Wirtschaftsjunoren Sieg-Westerwald e. V. bei Germania Wissen in Wissen. Ziel des Stammtisches ist ein lockerer Austausch der jungen Unternehmer um Sprecher Marc Ulland. Alle Mitglieder und solche, die es gerne werden möchten, sind herzlich willkommen.

Weitere Infos auf [www.wj-siegww.de](http://www.wj-siegww.de)



## HANDELN FÜR DEN KAUFMANN E-COMMERCE



FOTO: LEON MOHR

Janina Krummenauer und Georg Seitz (von links) beim Ortstermin mit Vertretern der Agentur für Arbeit, Berufsbildenden Schulen Bad Kreuznach und IHK Koblenz

Georg Seitz, Online-Händler aus Bad Kreuznach, hat es herbeigesehnt: Ab August dieses Jahres können hierzulande Kaufleute im E-Commerce ausgebildet werden. „Ich habe mir lange gewünscht, dass dieses Berufsbild entsteht“, sagt Seitz. Der Ausbildungsberuf verbindet die Anforderungen an ‚klassische‘ Kaufleute mit jenen, die die voranschreitende Digitalisierung mit sich bringt. Doch nur weil es den Beruf gibt, ist er noch lange nicht jedem bekannt.

Seitz, der seit einigen Jahren vollständig auf den Handel über das Internet umgestellt hat und neben einer Vielzahl verschiedener Messer und Schreibgeräte auch ausgefallene Produkte wie Champagner-Säbel oder provenzalische Seifen führt, treibt die Bekanntheit der neuen Ausbildung voran: 20 Vertreter von der Agentur für Arbeit Bad Kreuznach, der Berufsbildenden Schule Bad Kreuznach und der IHK Koblenz hat er in seinen Betrieb auf das Jacob-Gelände in der Planiger Straße eingeladen, um für den Beruf zu werben.

„Die Anforderungen an den neuen Ausbildungsberuf sind hoch“, erklärt Seitz. „Das Aufgabengebiet reicht vom Fotografieren der Produkte über das Texten und

Übersetzen von Produktionsbeschreibungen bis hin zum Einstellen von Artikeln auf unsere Homepage.“ Dazu kämen dann natürlich noch all die Dinge, die ‚klassische‘ Kaufleute auch beherrschen müssten.

„Reflexion ist mir besonders wichtig“, verrät Seitz mehr über seine Erwartungen an die angehenden Kaufleute. „Beispielsweise erkennt man häufig schon am Straßennamen, ob es ratsam ist, einen Artikel per Einschreiben oder herkömmlichen Briefversand zu verschicken – da die Namen meist schon aufschluss über das Wohngebiet geben.“

Am 1. August beginnen gleich zwei Kaufleute im E-Commerce ihre Ausbildung bei Seitz: Janina Krummenauer (21) und Thomas Suchner (24). Damit sie nicht ins kalte Wasser geworfen werden, hat Seitz beide bereits vor einigen Wochen als feste Mitarbeiter eingestellt. Die angehenden Azubis haben dabei unterschiedliche Stärken: „Ich habe schon immer gern fotografiert und mit dem PC gearbeitet. Außerdem mag ich den direkten Kontakt zum Kunden“, erklärt Krummenauer ihre Motivation. „Beworben habe ich mich dann über die Arbeitsagentur, über die ich auch erst von dem Berufsbild erfahren habe.“

### JUBILARE IM MAI

#### 50 Jahre

Warenhandels-Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Bad Sobernheim

#### 25 Jahre

Hannelore Baum „Informationsverarbeitung“, Bad Kreuznach

Karl Grünewald & Sohn  
Verwaltungs-GmbH, Spabrück

#### 10 Jahre

Karl Heinz Weyand, Breitenheim

Nadja Kraft, Merxheim

### JUBILARE IM JUNI

#### 25 Jahre

Autohaus FRANZ GmbH, Bad Kreuznach

#### 10 Jahre

Stefan Ginzel „Eis-Express“, Seibersbach

Seitz selbst ist erst über Umwege zum Handel gekommen: „Ich habe Tischler gelernt und bin dann Diplom-Holzwirt geworden. Irgendwann habe ich den Kaufmann in mir entdeckt.“ Schon nach dem ersten Jahr, in dem Seitz Schreibwaren aus seiner Garage heraus verkauft hat, ist er auf luxuriöse Haushaltsartikel umgestiegen – wobei sich Schreibwaren weiterhin im Sortiment finden.

Mit insgesamt acht Mitarbeitern, darunter die beiden angehenden Kaufleute im E-Commerce, versendet die Seitz Kreuznach GmbH weltweit 50.000 Päckchen im Jahr. Von den neuen Azubis erhofft sich der Geschäftsführer vor allem auch eine logische Denke: „Sie sind eben Kaufleute mit IT-Verständnis. Von ihnen erwarte ich daher, dass sie sich neue Tools ansehen und dann entscheiden – bringt mir das was oder bringt mir das nichts?“

#### Kontakt:

Jörg Lenger

0671 84321-12

lenger@koblenz.ihk.de

www.ihk-koblenz.de/

badkreuznach



## Ein Technologieführer im Abenteuerland

Wenn Christoph Kaup das Abenteuer sucht, hat er es nicht weit. 2,7 Kilometer sind's bis nach Abenteuer, so heißt das Nachbarörtchen tatsächlich. Dort ist der Unternehmer allerdings nicht so oft. Eher erwischt man ihn in China, Luxemburg oder irgendwo in Deutschland. Dorthin treibt ihn aber weniger das Abenteuer als vielmehr die Geschäfte. Die laufen gerade – nein, schon seit langem – gut. Außerdem ist das Produkt beratungs- und gesprächsintensiv, weshalb sich auch der Chef selbst immer wieder auf den Weg macht. Der promovierte Ingenieur ist Geschäftsführer der Howatherm Klimatechnik GmbH in Brücken bei Birkenfeld, die sich auf die Entwicklung und Produktion raumluftechnischer Geräte und Komponenten spezialisiert hat. Nun ist die Luft im Hochwald (der auch für den ersten Namensteil des Unternehmens Pate stand) noch weitgehend gut, doch zur Kundschaft von Howatherm gehören zum Beispiel viele Krankenhäuser und Pharmaunternehmen, und die benötigen in ihren OP-Räumen und Produktionsstätten klimatische Bedingungen, die sich nur mit anspruchsvoller Technologie herstellen lassen. Die raumluftechnischen Geräte, die Howatherm konzipiert und produziert, sind in Sachen Raumklima hochwertige Alleskönner. Im Grunde bringen sie frische Luft nach drinnen und verbrauchte nach draußen. Dabei wird die frische Luft allerdings den Erfordernissen entsprechend gefiltert und möglicherweise be- oder entfeuchtet. Außerdem sorgen spezielle, eigenentwickelte Wärmetauscher dafür, dass die verbrauchte Luft, bevor sie

nach außen geleitet wird, einen großen Teil ihrer Wärme- oder Kälteenergie abgibt und die frische Luft sie aufnimmt. Mal müssen im Inneren Reinraumbedingungen herrschen, mal darf das Gerät kaum Geräuschemissionen von sich geben.

Im Einzelfall können die Geräte auch schon mal Ausmaße von 30 Metern Länge und vier Metern Breite und Höhe haben – in jedem Fall sind sie in Leistung und Beschaffenheit auf das jeweilige Gebäude abgestimmt. „Die Anforderungen sind jedes Mal andere“, berichtet Kaup, „das macht unser Geschäft so gesprächs- und beratungsintensiv.“

Nächstes Jahr kann Kaup das 50-jährige Bestehen des Unternehmens feiern. Seine Eltern Karl-Heinz und Magdalene hatten es 1969 gegründet. Los ging's damals mit zehn Beschäftigten und dem Bau von Lüftungs- und Klimazentralgeräten, die vorrangig regional vertrieben wurden. 1991 übernahm der Sohn das Geschäft – und baute es systematisch aus. Inzwischen beschäftigt Howatherm 167 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und erzielt einen ständig steigenden Jahresumsatz von zuletzt 24 Millionen Euro.

„Unsere hohe Fertigungstiefe und die Hochtechnologie erfordern viel Innovationsgeist“, erzählt Kaup – womit wir beim Thema Fachkräfte wären. Der Fachkräftemangel greift um sich, wie der soeben veröffentlichte Fachkräftereport der IHK Koblenz zeigt (siehe Seite 16).

Auch in Birkenfeld? „Er wird kommen“, macht sich Kaup keine Illusionen, „aber im Augenblick spüren wir ihn noch nicht.“

Das könnte am besonderen Einsatz des Unternehmers liegen: Er engagiert sich als Honorarprofessor am Umwelt-Campus Birkenfeld der Hochschule Trier mit inzwischen 2.500 Studierenden. Weil er die Lehre mag – und weil er auf diese Weise intensive Kontakte zu anderen Hochschullehrern und vor allem Studierenden knüpfen kann. Bereits fünf Beschäftigte bei Howatherm sind Absolventen der Hochschule.

Nicht ganz so einfach ist es bei der beruflichen Ausbildung. Das Unternehmen zählt derzeit 20 Azubis, „aber es wird immer schwieriger, junge Leute von einer beruflichen, insbesondere handwerklichen Ausbildung zu überzeugen“, stellt Kaup fest. Dabei hat er gute Perspektiven zu bieten – Abent(h)uer inklusive.

*Lothar Schmitz*

### Kontakt:

Thomas Wild  
06781 9491-14  
wild@koblenz.ihk.de  
www.ihk-koblenz.de/  
birkenfeld



## JUBILARE IM MAI

### 10 Jahre

Andreas Filomela „Massivhäuser & Immobilien“, Buhlenberg  
Martin Griebel, Vollmersbach  
Thomas Sohns, Leisel



*Christoph Kaup hat die Howatherm Klimatechnik GmbH in Brücken 1991 von seinen Eltern übernommen – und beschäftigt heute rund 170 Mitarbeiter.*

## EIN KRAUT FÜR ALLE FÄLLE

Wenn die Tür aufgeht, strömt dem Eintretenden eine Wolke von Aromen entgegen: Rosen, Lavendel, Jasmin, ein Hauch von Zimt – Düfte, die an einen sommerlichen Bauerngarten, an einen Spaziergang über blühende Wiesen denken lassen. Und diese Assoziation ist nicht ganz falsch, denn Sandra Fitz, die im Mai 2017 in der Bernstraße in Cochem in einem alten Haus aus der Barockzeit ihr Geschäft für Naturkosmetik eröffnete, ist mit Natur und mit Kräutern aufgewachsen.

„Mein Vater war Landwirt und besaß ein Herbarium mit Hunderten getrockneter Pflanzen. Das hat mich schon als Kind fasziniert“, erzählt Fitz. „Meine Mutter hatte einen Kräutergarten und meine Großmutter sammelte allerlei Kräuter, als Medizin oder als Mittel für die Hautpflege.“ Sandra Fitz, die 2015 unter dem Namen „Saniolis“ – dahinter stecken die Anfangsbuchstaben ihres eigenen Vornamens und die ihrer Kinder – ihr Produktion und Handel umfassendes Unternehmen für Naturkosmetik startete, ist in Sachen Kräuter eindeutig vorbelastet.

Dennoch ging sie beruflich zunächst andere Wege. Unter anderem arbeitete sie als Make-up-Artistin am Set hinter der Kamera bei der Produktion von Werbefilmen. „Da geht es natürlich vor allem um den schönen Schein, der mit einem

erheblichen Aufwand an Chemie beim Schminken geschaffen wird“, kommentiert Fitz, Jahrgang 1972. Später lernte sie in München eine Kollegin kennen, die auch beim Make-up auf natürlichere Produkte setzte. Das war einer der Impulse, die sie selber zur Naturkosmetik brachten. „Manche Dinge im Leben sollen manchmal einfach sein – und mein Weg, Saniolis zu gründen, war wohl Vorbestimmung“, meint sie. Vorbestimmung, die sich mit Zielstrebigkeit und einem gesunden Geschäftssinn paart. „Da kommen mir die betriebswirtschaftlichen Kenntnisse und meine Erfahrungen aus dem Einzelhandel zugute.“

Ein Blick in die betont natürliche, auf viel Holz setzende Einrichtung ihres Geschäfts verrät schon ein Gutteil der Philosophie von Saniolis, und die heißt: pure Natur. Anders als bei vielen Produkten, die als „Naturkosmetik“ angeboten werden, steckt in ihren Ölen, Parfums, Seifen und Hydrolaten – Gesichtswassern, die allein durch Destillation aus den Pflanzen gewonnen werden – wirklich pure Natur.

„Meine Kunden, auch die, die über meinen Internetshop bestellen, sind sehr unterschiedlich“, sagt Sandra Fitz. Vielfältig wie diejenigen, die direkt in ihrem Laden in Cochem einkaufen. Mit dem bisherigen Erfolg ihres Unternehmens

### JUBILARE IM MAI

#### 10 Jahre

Bauer Wein & Spirituosen-Import GmbH & Co. KG, Briedern

Bauer Wein & Spirituosen-Import Verwaltungs-GmbH, Briedern

Sabine Eckerskorn „Pension“, Cochem

Valentin Denhof, Alfien

### JUBILARE IM JUNI

#### 10 Jahre

Carmen Facsar „Nagelstudio“, Hambuch

Maria Kerpen, Hans Loosen GbR, Ulmen

und ihres Geschäfts ist sie sehr zufrieden, selbst wenn der Direktverkauf wesentlich ein Saisongeschäft ist. „Sechs Monate, von Ostern bis zu den Weinfeiern, herrscht hier Betrieb, da müssen wir unseren Hauptverdienst machen.“ Dafür beraten sie und ihre drei geschulten Mitarbeiterinnen die internationale Kundschaft auch oft „mehr als den halben Tag“ auf Englisch.

*Dr. Lieselotte Sauer-Kaulbach*

#### Kontakt:

Knut Schneider

02671 9157-96

[Knut.Schneider@koblenz.ihk.de](mailto:Knut.Schneider@koblenz.ihk.de)

[www.ihk-koblenz.de/cochem](http://www.ihk-koblenz.de/cochem)



FOTOS: NEON FOTOGRAFIE

*links oben: Das Ladengeschäft von Saniolis hat von März bis Dezember geöffnet.  
rechts: Sandra Fitz, Naturkosmetikerin und Aromatherapeutin, hat mit der Unternehmensgründung ihre Leidenschaft zum Beruf gemacht.*

## IHK SETZT SICH FÜR MODERNISIERUNG UND AUSBAU DES ÖPNV IN KOBLENZ EIN

Ab 2021 soll der öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) in Koblenz und den umliegenden Regionen neu geregelt werden, denn die bestehenden Konzessionen der bisherigen Betreiber laufen aus und müssen dann neu vergeben werden.

Vor diesem Hintergrund werden aktuell die Angebots- und Qualitätsstrategie des ÖPNV bis 2030 diskutiert und verbindlich als Standard festgeschrieben. Diese Standards müssen von den künftigen Betreibern für die Laufzeit der Konzession erfüllt werden.

Zu den Standards, die bis Ende 2018 festgelegt sein sollen, gehören die

Infrastruktur – das beinhaltet auch die Haltestellen –, die Fahrpläne, also die Taktung der Busse und Bahnen, die Barrierefreiheit, das Tarifsystem und die Frage alternativer Antriebstechnologien. „Ein wesentlicher Erfolgsfaktor des künftigen ÖPNV wird neben der Angebotsdichte auch ein nutzerfreundliches und möglichst preiswertes Tarifsystem sein“, kommentiert Bertram Weirich, Regionalgeschäftsführer Koblenz der IHK Koblenz, die Planungen. „Dafür setzen wir uns unter anderem im Arbeitskreis zur Entwicklung des neuen Nahverkehrsplans ein.“

*Eine große Angebotsdichte und ein nutzerfreundliches Tarifsystem sind aus Sicht der IHK Koblenz Erfolgsfaktoren für den ÖPNV.*



FOTO: KRISTINA DANNBERG

### SOFORTPROGRAMM „SAUBERE LUFT“

Im Rahmen des Sofortprogramms „Saubere Luft 2017-2020“ fördert der Bund verschiedene Maßnahmen zur Reduktion von Schadstoffbelastungen in Städten. Über den Förderaufruf „Erneuerbar Mobil“ soll insbesondere Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft ein Anreiz dazu geboten werden, ihre Flotten zu elektrifizieren. Die Förderquote beträgt bis zu 60 Prozent der Investi-

tionsmehrkosten bei der Fahrzeugbeschaffung. Neben der Fahrzeugbeschaffung wird auch die Errichtung der entsprechenden Ladeinfrastruktur gefördert. Anträge für den Förderaufruf können noch bis zum 25.05.2018 eingereicht werden, auf [www.erneuerbar-mobil.de/foerderprogramme/das-sofortprogramm-saubere-luft](http://www.erneuerbar-mobil.de/foerderprogramme/das-sofortprogramm-saubere-luft).

### „ALLE LIEBEN KOBLENZ“ WÄHLT VORSTAND FÜR KOMMENDE DREI JAHRE

Bei der Mitgliederversammlung des Stadtforums „Alle lieben Koblenz“ wurde kürzlich der bisherige Vorstand wiedergewählt: Christoph Krepele (Vorsitzender), Sabine Bonah (stellvertretende Vorsit-



FOTO: GODEHARD JURASCHEK

*Christoph Krepele ist alter und neuer Vorsitzender des Vereins „Alle lieben Koblenz“.*

zende), Marc Ferdinand (Schatzmeister), Stephan Antwerpen, Carl-Günther Benninghoven, Edgar Kühnenthal, Hans-Joachim Mehlhorn, Tobias Kröber, Rainer Manns und Christoph Niederelz bleiben im Amt. Neu aufgenommen wurde außerdem der aktuelle Citymanager der Stadt, Frederik Wenz. Neben den Wahlen stand bei der Mitgliederversammlung auch ein Austausch mit dem zukünftigen Oberbürgermeister der Stadt Koblenz, David Langner, zu Themen des Stadtmarketings auf dem Programm. Der Verein „Alle lieben Koblenz“ ist die Dachorganisation aller Werbegemeinschaften in Koblenz und hat es sich zum Ziel gesetzt, die Attraktivität der Stadt zu steigern.

### JUBILARE IM MAI

#### 50 Jahre

Roland Rings, Koblenz  
SCANIA DEUTSCHLAND Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Koblenz

#### 10 Jahre

Höhenwind-Park GmbH, Koblenz

### JUBILARE IM JUNI

#### 50 Jahre

Günter Weller GmbH & Co. KG, Koblenz

#### Kontakt:

Bertram Weirich  
0261 106-250

[weirich@koblenz.ihk.de](mailto:weirich@koblenz.ihk.de)  
[www.ihk-koblenz.de/koblenz](http://www.ihk-koblenz.de/koblenz)



## „ZUKUNFTSFÄHIGER TOURISMUS ENTSTEHT VOR ORT“

*Christian Heller, Geschäftsführer der Wirtschaftsförderung Andernach.net GmbH, beleuchtet die Entwicklung seiner Stadt als Tourismusdestination:*

Der Alte Krahen und eine über 2.000 Jahre alte historische Altstadt mit vielen Vergnügungslokalen, das waren mal die wichtigsten Aushängeschilder des Tourismus in Andernach – bis der Gruppentourismus in den 90er-Jahren eingebrochen ist. Dann kam

das Tal der Tränen, in dem viele Kommunen im Rheintal „hängen geblieben“ sind. Die Stadt Andernach hat sich dann aber aufgemacht, neue Wege zu entdecken, und dabei gezielt auf Alleinstellungsmerkmale gesetzt. Bewährtes wie die malerischen Rheinanlagen und das Altstadtflair werden jetzt kombiniert mit Projekten wie dem Geysir Andernach oder der Essbaren Stadt. In allen Bereichen wird konsequent auf eine hohe Qualität gesetzt, die heute im wettbewerbsfähigen Tourismus unverzichtbar ist. Hinzu kommt die Wirtschaftsstärke des Standortes Andernach mit knapp 1.000 Betrieben, die viele Geschäftsreisende anziehen.

Mit einer Reihe wichtiger Impulsinvestitionen in die touristische Infrastruktur zu



Christian Heller

Beginn dieses Jahrzehnts ist es mittlerweile geglückt, die erhofften Folgeinvestitionen auszulösen. In Handel, Gastronomie und Hotellerie wird investiert, es entstehen neue Betriebe, die von Privat- und Geschäftsreisenden profitieren. Diese

Betriebe sind mit ihrer Ausstattung und ihrem Serviceanspruch ein Stück weit besser gerüstet als die touristischen Partner, die häufig im Investitionsstau liegen geblieben sind. Das proaktive Handeln erzeugt eine Aufbruchsstimmung bei Bürgerschaft, Wirtschaft und Politik, die wichtig ist, um viele der Impulsprojekte nicht bereits in der ersten Planung zu zerreden. Das Eintreten der erhofften Folgeinvestitionen sollte für die Verantwortlichen eine Ermunterung sein, bei den investiven Tätigkeiten in der touristischen Infrastruktur nicht nachzulassen, sondern auf die zahlreichen natürlichen Stärken des Standortes zu setzen und weiter zu beweisen, dass guter, zukunftsfähiger Tourismus vor Ort in den Kommunen entsteht.

### JUBILARE IM MAI

#### 25 Jahre

Karim Fadel „Ambiente Mediterraneo“, Plaidt  
Ralf Dietershagen, Andernach  
Regina Maria Müller „Obst und Blumenhof“, Nickenich  
Rüdiger Weyh, Winningen

#### 10 Jahre

Brunhilde Köhn, Alken  
Imad Issa, Andernach  
Ina Casteel-Vehling, Alken  
Rudy Christiaan Hoex, Judith Hoex GbR  
„Reithof Trimbser Mühle“, Trimbs  
Thomas Rausch, Kirchwald

### JUBILARE IM JUNI

#### 25 Jahre

Druckerei Karl Neisius GmbH, Winningen

#### 10 Jahre

Ingrid Franziska Baulig-Altenhofen, Saffig  
Sebastian Sauer, Bendorf  
Verena Petra Hens, Polch

#### Kontakt:

Martin Neudecker

0261 106-200

neudecker@koblenz.ihk.de

www.ihk-koblenz.de/mayen



### MONTE MARE ERÖFFNET HOTEL IN ANDERNACH

Es soll ein Pilotprojekt sein: das neu eröffnete monte mare Hotel in Andernach, das räumlich direkt mit dem Gebäudekomplex des Unternehmens in der Klingelswiese verbunden



Das monte mare Hotel will insbesondere Gäste aus dem Wellness-tourismus ansprechen.

ist. Rund vier Millionen Euro hat monte mare investiert, über 16 Zimmer verfügt das Hotel. Hinzu kommen vier Suiten, deren Gestaltung sich an der Thematik Feuer-Wasser-Erde-Luft orientiert. „Unser Wellness- und Fitnessbereich ist durch die Verknüpfung mit unserem bestehenden Angebot einzigartig“, sagt Geschäftsführer Patrick Doll. „Deshalb sind wir überzeugt, viele Gäste aus dem Saunen- und Thermentourismus, der in Deutschland sehr ausgeprägt ist, gewinnen zu können.“ Eine zusätzliche Zielgruppe sieht der Andernacher in Tagungsgästen. Insbesondere mit den Suiten wolle man zudem „etwas Besonderes bieten“ und beispielsweise Jubilare oder Hochzeitsgäste nach Andernach locken. „Um das Hotel zu etablieren, arbeiten wir eng mit strategischen Partnern wie der Firma Ahsenmacher oder dem Romantischen Rhein zusammen“, erklärt Doll. „Es ist toll, wie sehr alle Akteure in Andernach miteinander vernetzt sind. Hier ist viel in Bewegung und wir finden: Die Stadt ist für Besucher so attraktiv, dass sie Potenzial für mehr als nur Ein-Tages-Tourismus bietet.“

## ROBOTER ZUM LEBEN ERWECKEN

Sie machen immer die gleichen Bewegungen ohne Murren und heben Zentnerlasten ohne Rückenprobleme: Die Roboter von KOCH Industrieanlagen im Dernbacher Industriegebiet arbeiten mittlerweile in Betrieben rund um die Welt, sie verpacken, palettieren oder helfen beim Be- und Entladen. 2018 feiert die Firma ein doppeltes Jubiläum: 1978 als Verkaufs- und Ingenieurbüro für Förder- und Automationssysteme gegründet, steht nun das 40-jährige Bestehen an. Zudem fiel vor 25 Jahren der Startschuss als Roboter-Systemhaus. Im Jubiläumsjahr erweitert der Roboterspezialist seine Kapazitäten und investiert 2,3 Millionen Euro in Grundstücke und ein neues Bürogebäude.

Angefangen hat für Firmengründer Reinhard Koch alles in Neuwied; in den 1980er-Jahren entwickelte sich seine Firma zum Vertriebs- und Ingenieurbüro, das auch kundenspezifische Lösungen konzipierte. „Wir haben damals viel mit der Automobilindustrie zusammengearbeitet und dort Roboter im Einsatz gesehen“, berichtet Reinhard Koch. „Da lag der Gedanke nahe, Roboter auch für andere Industrien zu entwickeln.“ Der Roboter als Standardmodul für die Fabrik wie der PC fürs Büro – das war die Idee, mit der sich die Firma 1993 als Roboter-Systemhaus neu aufstellte und 1998 das heutige Firmengelände in Dernbach bezog. Seit 2005 ist neben Reinhard Koch sein Sohn Ulli als zweiter Geschäftsführer in der Firmenleitung.

Längst stellt die Firma die Anlagen nicht nur für Autozulieferer oder industrielle Großbetriebe her. Auch immer mehr mittelständische und kleine Unternehmen entdecken die Einsatzmöglichkeiten für sich. Jeden Roboter konzipieren die Planer individuell, entwickeln die passende, speziell angefertigte Greiftechnik, tüfteln den richtigen Bewegungsablauf aus und erwecken alle Komponenten samt Fördertechnik durch die entsprechende Programmierung zum Leben, egal ob integrierbares Einzelsystem oder schlüsselfertige Gesamtanlage. Der kleinste Knickarm-Roboter aus den KOCH-Montagehallen hebt drei Kilo, sein großer Kollege, der „Titan“, hat dagegen eine Nutzlast von 1,3 Tonnen. Inzwischen hat die KOCH Industrieanlagen GmbH mehr als 500 Robotersysteme ausgeliefert. 90 Mitarbeiter sind für das Unternehmen im Einsatz, seit 2017 gibt es auch eine Tochterfirma im polnischen Mnichus. Dass ihre Roboter Arbeitsplätze fressen, befürchten die Firmenchefs



Reinhard Koch (rechts), Firmengründer der Koch Industrieanlagen GmbH in Dernbach, und sein Sohn Ulli, zweiter Geschäftsführer, vor einem Roboterarm in der Montagehalle

indes nicht: „Die Anlagen“, so finden Reinhard und Ulli Koch, „verrichten all die monotonen Handgriffe, die für Menschen unzumutbar wären. Das kommt allen zugute.“ Schon 2006 hat KOCH das Bürogebäude und die Montagehalle erweitert, 2011 kam eine neugebaute Halle dazu. Und nun wird die Firma ein weiteres Mal wachsen: Im Dernbacher Industriegebiet „Urbacher Wald“ konnte KOCH sich weitere Grundstücksflächen sichern. Der Spatenstich für ein neues, dreigeschossiges Bürogebäude ist im Februar erfolgt. Nun wollen die Roboterspezialisten noch Jubiläum feiern: Es sind Vorführtage für Firmen, Kunden und Interessenten sowie ein „Tag der offenen Tür“ geplant.

Angela Göbler

### Kontakt:

Fabian Göttlich  
02631 9176-15

goettlich@koblenz.ihk.de

www.ihk-koblenz.de/neuwied



## JUBILARE IM MAI

### 25 Jahre

Cornelia Bitterling „Webdesign und Printmedien“, Neuwied

Günter Frings „Transporte“, St. Katharinen  
Pütz und Partner GmbH, Vettelschoß  
Sabine Rosenkranz, Neuwied

### 10 Jahre

Daniela Stübling, Neuwied  
EQtherm GmbH, Dürrholz  
food hotel Neuwied GmbH, Neuwied

## JUBILARE IM JUNI

### 10 Jahre

Giovanni Guarini „Industrietechnik“, Neuwied

Rolf Salz „Getränkefachhandel“, St. Katharinen

Tim Füllenbach „Gartenbau“, Neustadt (Wied)

Udo Fischer GmbH, Neuwied

## AQUAROC BAUT STANDORT IN HIRSCHFELD AUS

Kreativität verbindet nicht jeder mit Beton. Adrian Klotzbücher schon: „Beton ist ein Hochleistungsprodukt, das unglaublich vielseitig und kreativ einsetzbar ist“, sagt er. Diese Überzeugung ist einer der Gründe dafür, warum Klotzbüchers Unternehmen Aquaroc in Hirschfeld in eine neue Halle investiert. Der Betrieb stellt Zisternen, Kleinkläranlagen und Betonfertigteile her. Gefördert wird der eine Million Euro teure, 1.000 Quadratmeter große Neubau von der EU. Der zusätzliche Platz soll in erster Linie zum Lagern und Verladen genutzt werden.

„Wir können sehr flexibel auf die Wünsche unserer Kunden eingehen“, erklärt Klotzbücher. „Damit das so bleibt, bauen wir die Halle: So können wir noch besser am Markt agieren.“ Im Herbst soll das Gebäude fertig sein. Neben seinem Hauptsitz in Hirschfeld hat Aquaroc Standorte in Zeven (Niedersachsen), Bad Salzungen (Thüringen) und Ellzee (Bayern). Die Kunden des Unternehmens sitzen in ganz Deutschland – Firmenkunden, beispielsweise Stahlhallenbauer, kaufen die Betonfertigteile, der private „Häusle-Bauer“ die Zisternen und Kläranlagen.

Klotzbücher repräsentiert die vierte Generation in dem Familienunternehmen, das 1910 vom Urgroßvater seiner Frau gegründet wurde. Damals produzierte man für den Straßenbau, aber auch – wegweisend für den heutigen Fokus des Betriebs auf die Regenwasserbewirtschaftung – Weinberggrinnen für die Mosel. Mit der Übernahme des Betonwerks Meurer in Kastellaun erweiterte Aquaroc seine Produktpalette um weitere Betonfertigteile, darunter etwa Massiv- und sogenannte Sandwichwände, Stützwinkel und Sonderbauteile aus Beton. In die Welt der Betonprodukte, aber auch in die Moselregion ist Klotzbücher als Quereinsteiger gekommen. Der gebürtige Frankfurter wuchs in England auf, später lebte er in Zürich. Von Haus aus ist er Chemiker und hat unter anderem Erfahrungen in der strategischen Unternehmensberatung und der Geschäftsentwicklung großer Konzerne gesammelt. Beim Fußfassen im Hunsrück haben ihm unter anderem die Wirtschaftsunioren geholfen: „Die Gruppe ist ein gutes Forum, um sich auszutauschen und Anschluss zu finden“, sagt er. „Das ist ein Netzwerk, das ich nur weiterempfehlen kann.“

Andreas Hyar und Michel Rosinski (von links), Inhaber der Cosmic Lounge in Simmern, setzen Getränke von Start-ups und kleinen Brauereien auf ihre Karte.



## WOHNZIMMERFEELING AM SCHINDERHANNESTURM

Mit rund 8.000 Einwohnern ist Simmern ein überschaubares Städtchen. Trotzdem haben sich zwei junge Männer entschlossen, hier etwas Großstadtfair zu verbreiten: Vor gut anderthalb Jahren gründeten die beiden Freunde Andreas Hyar, 28, und Michel Rosinski, 35, die Cosmic Lounge, deren Konzept auch gut nach Berlin oder Hamburg passen würde.

„In Simmern fehlte uns ein kreativer Ort zum Ausgehen“, sagt Hyar. „Mit unserer Lounge wollten wir eine Location schaffen, in der sich jeder wohlfühlen kann, in der es Getränke abseits vom Mainstream gibt und in der Start-ups wie Mikro-Brauereien eine Plattform geboten wird.“ Der gelernte Kaufmann für Groß- und Außenhandel mit Gastro-Erfahrung hatte schon länger mit der Idee gespielt, sich selbstständig zu machen. Das leerstehende Objekt am Schinderhannesturm gab den Ausschlag – gemeinsam mit Rosinski wagte er den Sprung ins kalte Wasser. „Am Anfang haben alle gesagt: Ihr habt zwar ein tolles Konzept, nur wird das in Simmern schwierig“, erzählt Hyar. „Aber die Stadt wächst, und wir wollten, dass Leute auf der Suche nach einer Alternative zur klassischen Kneipe nicht nach Mainz oder Koblenz

fahren müssen.“ Auf der wechselnden Getränkekarte der „Bar mit Wohnzimmeratmosphäre“ finden sich unter anderem Craft Biere, Gins, Cocktails, Weine und ungewöhnliche Limonaden. Gelegentlich treten Live-Musiker und Kabarettisten in der Lounge auf.

Ein Hipster-Konzept für die Jugend? Nein, sagt Hyar, zu ihnen kämen Gäste in jedem Alter – „zwischen 20 und 80“. Die Gründer sehen ihre Bar als Ergänzung zur Simmerner Gastroszene. Auch deshalb haben sie einen Gastroführer aufgelegt. „Viele sagen: In Simmern gibt es nichts“, erklärt Hyar, „aber der Gastroführer beweist das Gegenteil.“

### Kontakt:

Knut Schneider  
06761 9330-11

[Knut.Schneider@koblenz.ihk.de](mailto:Knut.Schneider@koblenz.ihk.de)  
[www.ihk-koblenz.de/  
rhein-hunsruock](http://www.ihk-koblenz.de/rhein-hunsruock)



## JUBILARE IM JUNI

10 Jahre

Blümling Baulogistik GmbH, Sohren

## WAS IN MELBOURNE FUNKTIONIERT, DAS KLAPPT AUCH IN DIEZ

So sieht er wohl aus, der Traum eines jeden Gastronomen: Kunde X fährt von Sylt nach München und nimmt auf der ohnehin schon gut 1.000 Kilometer langen Strecke einen Umweg von 200 Kilometern in Kauf, nur um in einem ganz bestimmten Restaurant zu essen. Dass das exakt so zuletzt bei Black Cow in Diez passiert ist, ist umso verwunderlicher, bedenkt man, dass das „Weinhaus & Steakmanufaktur“ erst Mitte März eröffnet wurde.

„Es ist wirklich sehr gut angelaufen“, sagt Küchenchef Ben Bergmann, „so gut, dass es uns selbst überrascht hat.“ ‚Uns‘, das sind Bergmann und seine Frau, Geschäftsführerin Melanie Hellmanzik. Die beiden sind erst vor kurzem aus Australien zurückgekehrt, wo sie in verschiedenen Sternrestaurants – zuletzt im Umkreis der Millionen-Metropole Melbourne – kochten. Dass es sie nun ins beschauliche Diez verschlagen hat, hatte vor allem familiäre Gründe: „Meine Familie kommt hier aus der Gegend“, so Bergmann, „also haben wir uns in Diez eine Wohnung gesucht und ich habe in der Umgebung zunächst als Küchenchef gearbeitet.“

Als dann nur zwei Häuser nebenan ein Traditionsitaliener seinen Betrieb

einstellte, schlugen Hellmanzik und Bergmann zu: Aus der Pizzeria wurde Black Cow, Weinhaus und Steakmanufaktur. „Wir bieten eine Art ‚Casual Fine Dining‘“, erklärt der 39-Jährige das Konzept. „Hier gibt es nur Biologisches und Genfreies und vor allem nichts aus der Tüte.“ Das Hauptaugenmerk liege auf dem Fleisch und dem Wein. „Grundsätzlich finde ich, dass nicht das Bio-Huhn beschriftet sein sollte, sondern das Huhn aus der Massentierhaltung. Unser gesamtes Fleisch ist hochqualitative Ware aus Australien und den USA. Genauso hochwertig sind unsere Weine, die zum größten Teil auch aus Australien und Südafrika stammen.“

Diese Qualität hat naturgemäß auch ihren Preis – manche Steaks kosten bis zu 80 Euro. Kein Problem für Bergmann, der selbstbewusst sagt: „Die Qualität kommt bei mir immer vor dem Geld. Umgekehrt kommt aber eben mit der Qualität langfristig auch das Geld.“ Die Kunden scheinen das gut anzunehmen, seit Eröffnung ist das Restaurant in der Altstadtstraße ständig ausgebucht. Ohne Online-Reservierung gehe momentan nur wenig, so Bergmann. „Ich habe ja fast damit gerechnet, dass die Leute sich über die Preise

beschweren. Aber es sind gerade die Premiumgerichte, die besonders gut gehen – die günstigen verkaufen wir kaum.“

Und so steht das elfköpfige Team aktuell unter Dauerstrom, um die 30 Sitzplätze innen – und bei gutem Wetter auch die 15 zusätzlichen Plätze außen – zu bewirtschaften. Bergmann selbst muss zwei bis dreimal pro Woche im Service aushelfen. „Wir suchen vor allem auch noch einen Sommelier. Jemanden mit Ahnung, der Tradition und Moderne verknüpft, so wie wir es ja auch mit dem ganzen Restaurant tun.“ Ob es einen Plan B gebe, wenn der noch sehr junge Betrieb irgendwann mal nicht mehr so gut laufen würde? Bergmann schmunzelt: „Ja. Dann wäre das Erdgeschoss ein sehr schönes Wohnzimmer und das Obergeschoss ein sehr schönes Schlafzimmer. Wir sehen das ganz locker.“

### Kontakt:

Richard Hover  
02602 1563-12  
hover@koblenz.ihk.de  
www.ihk-koblenz.de/  
rhein-lahn.de



## JUBILARE IM MAI

### 50 Jahre

Marien-Apotheke Dorothea Mainzer e. K.,  
Niederlahnstein

### 25 Jahre

Inge Groß „Dorfkrug“, Allendorf

### 10 Jahre

Daniel Rüdiger Heilert, Holzhausen  
Dirk Beeres „Fernsehtechnik“, Oelsberg  
Gabriele Diehm-Gast, Kamp-Bornhofen  
Kerstin Kreuzberger, Michael  
Kreuzberger GbR, Nastätten

## JUBILARE IM JUNI

### 25 Jahre

Elektro Aßmann GmbH, Burgschwalbach  
Gabriele Schmidt „Brandschutzservice“,  
Herold  
Michael-Rainer Held, Bad Ems

### 10 Jahre

Günter Gebhard, Bad Ems



Melanie Hellmanzik und Ben Bergmann, Inhaber des Black Cow in Diez

## SONNE UND WIND SPEISEN DIE BRENNSTOFFZELLE

Die Zahl der Pkw auf deutschen Straßen, die eine mit Wasserstoff gespeiste Brennstoffzelle als Antrieb nutzen, bewegt sich im dreistelligen Bereich. Rund 30 Tankstellen gibt es bundesweit. Das will Jürgen Fuhrländer ändern. Der Gründer und Geschäftsführer der GFW Gesellschaft für Windenergieanlagen GmbH & Co. KG in Rennerod hat mit seinem Team ein Verfahren entwickelt, um Wasserstoff aus erneuerbaren Energien zu gewinnen. Die auf Errichtung und Inbetriebnahme, Service und After-Sales-Betreuung von Windenergieanlagen spezialisierten Westerwälder setzen mit 35 Mitarbeitern auf Elektrolyse zur Wasserstoffgewinnung.

Am Firmensitz in Rennerod erklärt Fuhrländer die umweltfreundliche Produktion von Wasserstoff und seine Vermarktungsidee. Der Blick aus dem Besprechungsraum von GFW fällt auf einen sogenannten Fotovoltaik-Tracker, eine dem Sonnenstand nachführbare Fotovoltaikanlage mit 10 mal 15 Metern Modulfläche. Mit dem aus Sonnenenergie gewonnenen Strom wird ein Elektrolyseur versorgt. Beide Elektroden, Anode und Kathode, sind eingebunden in ein Wasserreservoir – gespeist mit herkömmlichem gefiltertem Leitungswasser – und durch eine Membrane voneinander getrennt. Durch die Elektrolyse entstehen Wasserstoff (H<sub>2</sub>) und Sauerstoff (O<sub>2</sub>). Abhängig vom Zwischenspeicher wird der Wasserstoff zu einem Verdichter geleitet, wo die Verdichtung auf einen vorgegebenen Druck erfolgt. Der Sauerstoff wird in die Atmosphäre entlassen. Beim Prototyp in Rennerod, so Fuhrländer, „können auf diese Weise mit dem

Mehrertrag der Fotovoltaikanlage täglich etwa 40 Kilogramm grüner Wasserstoff erzeugt und vermarktet werden.“ Das heißt: Fuhrländer kann die drei wasserstoffbetriebenen Fahrzeuge seiner Unternehmensflotte vor Ort tanken und muss künftig nicht mehr bis zur nächsten Tankstelle nach Limburg fahren. Der Vorteil gegenüber der E-Mobilität mit ihren langen Akkuladezeiten und der häufig geringen Reichweite: Ein Hyundai ix35, wie Fuhrländer ihn nutzt, lässt sich bei einer Tankkapazität von fünf Kilogramm in etwa vier Minuten mit 700 bar Druck betanken und hat dann eine Reichweite von bis zu 500 Kilometern – und das bei einem Kilopreis von derzeit etwa neun Euro, der sich durch industrielle Produktion weiter senken lassen dürfte. Das einzige Abfallprodukt: reines Wasser. „Für kleinere Anwendungen wie beispielsweise eine Firmenwagenflotte wird der Wasserstoff vom Verdichter in eine Flaschenbatterie komprimiert und ist dann einfach zu transportieren. Größere Mengen brauchen natürlich Kesselwagen“, erklärt Fuhrländer.

Ganz nebenbei bietet GFW mit seiner Technik Betreibern älterer Windkraftanlagen, die sich sinkenden Vergütungen für die Einspeisung ins Stromnetz gegenüber sehen, neue Einnahmemöglichkeiten: Die Renneroder bieten Betreibern den wirtschaftlichen Weiterbetrieb der Anlagen an und übernehmen dazu sämtliche Dienstleistungen für die Anlage, installieren die nötige Elektrolyse-Technik, vermarkten den erzeugten Wasserstoff für die Mobilität und vergüten einen Festbetrag für die elektrische Energie. Eine mittelgroße Anlage mit

einer Nennleistung von einem Megawatt, so Fuhrländer, könne auf diese Weise bis zu 18 Tonnen Wasserstoff jährlich produzieren.

*Andreas Schultheis*

### Kontakt:

Richard Hover

02602 1563-12

hover@koblenz.ihk.de

www.ihk-koblenz.de/

westerwald



## JUBILARE IM MAI

### 50 Jahre

Bestattungen Breuer Inhaber Franz-Josef Busch e. K., Bad Marienberg

### 25 Jahre

Horst Schlemper „Immobilien & Hausverwaltung“, Bad Marienberg

Michael Volmer „Grill-Hütte“, Höhr-Grenzhausen

### 10 Jahre

Alexandra Löhr „Der Naturstein Garten“, Hillscheid

Edouard Sinner, Wirges

Hüseyin Basibüyük, Selters

HvO von Oettingen GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft, Montabaur

Juliane Yasmine Schwab „Noblesse & Nostalgie“, Hachenburg

KSKOMM Verwaltungs-GmbH, Ransbach-Baumbach

Marco Avellino „Immobilien“, Ransbach-Baumbach

Maria Franziska Lehmann, Heiligenroth

Melanie Jaecks, Alpenrod

Tim Hallmann „Websoft Marketing“, Langenbach

## JUBILARE IM JUNI

### 25 Jahre

Cerasell GmbH, Ransbach-Baumbach

Erich Born „Electronic“, Zehnhausen

Recybell-Umweltschutzanlagen GmbH + Co. KG, Boden

### 10 Jahre

Dieter Wilhelm Luitz „Handelsvertretung“, Eitelborn

Ingo Eulberg „Natur & Stein“, Ewighausen

ROUNABOUT Cafe.Restaurant.Lounge GmbH, Montabaur



FOTO: ANDREAS SCHULTHEIS

Jürgen Fuhrländer kann den grünen Wasserstoff für den Betrieb seines Pkw selbst herstellen. Dazu dient unter anderem die der Sonne nachführbare Fotovoltaikanlage am Firmensitz.

## Nachgefragt bei ...

# Bernhard Münz

Alle Jahre wieder strömen im Frühsommer tausende Menschen in Sportkleidung ans Deutsche Eck – der münz firmenlauf gehört zu den wichtigsten Sportevents in der Region. „Vater“ des Volkslaufs ist der Unternehmer Bernhard Münz, dessen Firmengruppe so unterschiedliche Bereiche wie Teamkleidung, Marketing und die münz stiftung umfasst. Im Interview mit uns spricht er über Couch-Potatoes, appetitanregende Aussichten und seine Lieblingsecken in der Region.



### Herr Münz, wie kam es zur Gründung Ihrer Stiftung?

Meine Frau Karoline und ich hatten den Wunsch, etwas Gutes zu tun. Wir dachten: Natürlich wäre es schön, ein Brunnenbau-Projekt in Afrika zu unterstützen, aber noch schöner wäre es, hier in der Region aktiv zu werden. Und da war es nicht weit zum Thema der Sportförderung bei Kindern und Jugendlichen. Wir sehen schon länger mit Sorge, dass junge Menschen sich viel zu wenig bewegen. Wo wir früher auf den Bolzplatz gegangen sind, hängen viele Kinder heute nur noch am Handy. Deshalb zielt unsere Stiftung darauf ab, die jungen Menschen „runter von der Couch“ zu bewegen.

### Und das funktioniert?

Ja, das sehen wir beispielsweise bei unserem münz spendenlauf in Montabaur. Die Lehrer schaffen es, ihre Schüler zu motivieren, indem sie sagen: ‚Wenn wir alle mitmachen, fließt mehr Geld in die Kasse.‘ Das weckt den Ehrgeiz – und Sport macht im Team ja oft am meisten Spaß. Insgesamt kommen jedes Jahr rund 10.000 Euro an Spendengeldern zusammen, die wir dann an Schulen und Vereine verteilen. Natürlich muss das Geld dort dann zweckgebunden eingesetzt werden.

### Ihr „Aushängeschild“ ist der münz firmenlauf, bei dem seit 2003 jedes Jahr tausende Mitarbeiter regionaler Betriebe an den Start gehen. Warum ist der Lauf so erfolgreich?

Am wichtigsten ist sicherlich der Team-Gedanke, den ich eben schon ansprach: Man schwitzt zusammen und trinkt nachher vielleicht noch gemeinsam ein Bierchen – das ist eine ganz andere Stimmung als im Meeting mit Schlips und Kragen. Es gibt Firmen mit Standorten im Ausland, deren Mitarbeiter Termine in Deutschland extra so legen, dass sie mitlaufen können! Viele Unternehmen laden auch ihre Kunden ein. Das bringt viel mehr als ein Messebesuch. Beim gemeinsamen Sport ist man schnell beim ‚Du‘ und hat direkt ein persönliches Verhältnis zueinander.

### Zu Ihrer eigenen Unternehmensgruppe gehört auch Bernhards Restaurant in Montabaur. Wie passen Sport und gutes Essen zusammen?

Eine gute Ernährung – gesunde, ehrliche, frische Nahrung – und Bewegung gehen Hand in Hand. Meine Frau und ich essen gerne gut. Wir hatten zunächst überlegt, hier am Standort eine Kantine zu eröffnen. Aber der Ausblick ist zu schön, um ihn nur beim Mittagessen zu genießen. So ist Bernhards Restaurant entstanden, das hochwertige regionale Küche serviert und ganz bewusst so gestaltet wurde, dass es beste Bedingungen für Geschäftstermine bietet. Natürlich können unsere rund 100 Mitarbeiter im Restaurant zu ermäßigten Preisen essen.

### Apropos schöne Aussicht: Sie bekennen sich ausdrücklich zur Region. Was schätzen Sie hier besonders?

Zum einen ist die Region hervorragend gelegen – gerade unser Standort ist bestens angebunden. Zum anderen liebe ich die Landschaft. Da kommt auch der Sport wieder ins Spiel: Ich finde es wunderbar, die Region mit dem Rennrad zu erkunden. Besonders gut kann ich abschalten, wenn ich Touren durch den schönen Westerwald mit seinen kleinen Dörfchen fahre.

### Mit Ihrer „anders, besser, schneller“-Methode beraten Sie Unternehmen. Gibt es eine ganz allgemeine Empfehlung, die Sie Betrieben mitgeben würden?

Es gibt zwei Punkte, an denen viele Mittelständler meiner Erfahrung nach noch Optimierungsbedarf haben. Erstens geben die meisten zu wenig für Marketing aus. Ein gutes Produkt reicht nicht, man muss es auch bekannt machen. Zweitens sollten Betriebe sich immer wieder infrage stellen. Das machen wir auch: Wir prüfen kontinuierlich, was wir tun. Zu einem solchen Prinzip gehört natürlich eine gesunde Fehlerkultur. Nur aus Fehlern wächst man – deshalb sollte man Fehler begrüßen.

Das Gespräch führte Kristina Danneberg.

## Genuss und Region

## Gut gegrillt ist halb genossen



FOTO: FOTOLIA

Bei einem Spaziergang am Wochenende riecht man es in diesen Tagen oft schon aus der Ferne: Die Grillsaison hat begonnen. Detlef Ueter, Küchenchef des Gastronomischen Bildungszentrums (GBZ) der IHK Koblenz, stellt praktische Tipps und Trends zum Thema Grillen vor.

### Kräuter und Marinaden

Wer Fleisch und Gemüse selbst mariniert, weiß mit Sicherheit, welche Inhaltsstoffe die Marinade enthält. Die besten Ergebnisse erzielt, wer das Grillgut kurz vor dem Garen einfach nur mit Salz und Öl einreibt. Wer Kräutermischungen bevorzugt, kann die Kräuter hacken und mit grobem Salz, Pfeffer und

etwas Öl mischen. Diese Mischung sollte kurz vor Ende des Garprozesses mit einem Pinsel auf Gemüse und Fleisch verteilt werden. So bleibt das Aroma der Kräuter erhalten ohne, dass sie auf dem Grill verbrennen.

### Grill-Desserts

Neben Marshmallows lässt sich bei zurückgehender Hitze auch ein Kuchen auf dem Grill garen. Mischen Sie dazu einfach einen Schokoladenkuchenteig und garen Sie ihn in einer Backform auf Ihrem Grill. Auch Ananasscheiben lassen sich prima grillen, dazu passt sehr gut Vanilleeis.

### Gemüse

Würzen Sie Ihr geschältes Gemüse mit Salz, eventuell etwas Zucker und einem Gewürz Ihrer Wahl. Seien Sie mutig und verwenden Sie nicht nur Pfeffer und Muskat. Geben Sie etwas Öl über das Gemüse und wickeln es zunächst in Backpapier, dann in Alufolie. Auch Spargel lässt sich auf diese Weise gut zubereiten.

### Grillen 2.0

Garen Sie Ihr Fleisch im Vakuumbbeutel, bevor sie es auf den Grill legen. Beim „Sous-vide“ (französisch für „unter Vakuum“) werden Lebensmittel mit

## Ducca-Barbecue-Sauce

### Zutaten

- 20 g Olivenöl
- 100 g Zwiebelwürfel
- 20 g Knoblauch
- 60g Rohrohrzucker
- 10 g Sherryessig
- 50 g Tomatenmark
- 200 g Passierte Tomaten
- 10 g Grober Senf
- Worcestersauce
- Tabasco
- Chilipulver
- Piment d'Espelette (Paprikapulver)
- 5 g Salz (am besten Rauchsatz)
- 20 g Ducca (Gewürzmischung)
- Saft von einer Limette oder Zitrone

*Die Zwiebelwürfel mit dem Knoblauch hacken und in Olivenöl in einem Topf anschwitzen. Den Rohrzucker zugeben und kurz karamellisieren lassen, bis eine dickflüssige Masse entstanden ist. Mit Sherryessig ablöschen, Tomatenmark und Dosentomaten sowie den Senf hinzugeben und zwei Minuten köcheln lassen. Die Sauce pürieren und passieren. Anschließend erneut erwärmen und mit Worcestersauce, Tabasco, Limettensaft, Chilipulver, Piment d'Espelette, Salz und Ducca abschmecken. Die fertige Sauce kalt stellen.*

*Die Sauce kann im Kühlschrank bis zu eine Woche gelagert werden.*

unterschiedlichsten Aromen und Flüssigkeiten vakuumiert und anschließend im Wasserbad bei einem Temperaturspektrum von 55 °C bis etwa 95 °C gegart. Die Länge der Garzeiten ist abhängig von Produkt, Temperatur und Zeit. Allerdings sollten Sie die Temperatur konstant halten, um ein sicheres und gutes Ergebnis zu erzielen. Durch das schonende Garverfahren ist der Garverlust gering und Ihre Produkte bleiben aromatisch, saftig und intensiv im Geschmack.

## Seminar-Angebot

Das Gastronomische Bildungszentrum bietet Seminare für Hobbyköche und Profis zu diesem Themenbereich an:

- 27.05.2018

### Beef!

Grill- und Räucherseminar

- 28.05.2018

### Kräuterküche

Praxisseminar für Profis und Hobbyköche

## AUS UNSEREM AKTUELLEN VERANSTALTUNGSKALENDER:

### **KuK-Day: Kreativ trifft Wirtschaft**

Kultur- und Kreativwirtschaft (KuK) – das ist der Oberbegriff für Branchen wie Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Film- und Rundfunkwirtschaft, Designwirtschaft, Architekturmarkt, Presse- und Werbemarkt sowie Software- und Games-Industrie. Um den Austausch der regionalen Akteure in diesem Bereich zu stärken und Potenziale zu bündeln, lädt die IHK Koblenz gemeinsam mit dem rheinland-pfälzischen Wirtschaftsministerium und dem Netzwerk „Kreativer Raum Koblenz“ am **Freitag, 8. Juni 2018, ab 13 Uhr** zum KuK-Day in ihre Räumlichkeiten (**Schlossstraße 2, Koblenz**) ein. Zugleich soll der Nachmittag die Chance bieten, das breite Spektrum der KuK-Leistungen auch anderen Branchen vorzustellen. Die Infoveranstaltung ist kostenfrei. Weitere Infos und eine Anmeldeöglichkeit finden Sie auf [www.ihk-koblenz.de](http://www.ihk-koblenz.de) unter Eingabe der **Nummer 4048394**.

### **Branchentreff der Handelsvertreter**

Beim diesjährigen Branchentreff der Handelsvertreter, den die IHK Koblenz zusammen mit dem Wirtschaftsverband CDH Mitte organisiert, stehen digitale Themen im Mittelpunkt: Zum einen wird die Frage beleuchtet, was die neue Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) für Handelsvertreter und ihren Umgang mit Kundendaten bedeutet. Zum anderen wird dargestellt, warum der größte Schwachpunkt beim Thema IT-Sicherheit noch immer der Nutzer selbst ist. Ergänzend präsentieren sich bei einer begleitenden Katalogmesse europäische Firmen, die aktuell eine Handelsvertretung in Deutschland suchen. Im Anschluss an die Vorträge ist **ab etwa 17:30 Uhr** ein **Get-together** bei einem gemeinsamen BBQ geplant.

Der Branchentreff findet statt am **Freitag, 8. Juni 2018, ab 15:30 Uhr** im **Casino Andernach (Rennweg 60)**. Die Teilnahme ist kostenfrei; wir bitten um Anmeldung auf [www.ihk-koblenz.de](http://www.ihk-koblenz.de) unter Eingabe der **Nummer 4049178**.

Alle Veranstaltungen  
finden Sie unter  
[www.ihk-koblenz.de/  
veranstaltungen](http://www.ihk-koblenz.de/veranstaltungen)

### **Freitags-Frühstück: Arbeitszeitgestaltung**

Mit der Gesellschaft verändert sich auch die Arbeitswelt: Vielfältige Familienstrukturen verlangen nach ebenso vielfältigen Arbeitsmodellen. Die kostenfreie Veranstaltungsreihe „Freitags-Frühstück“ der IHK Koblenz greift Themen rund um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf auf. Beim Freitags-Frühstück am **25. Mai 2018 von 8:30 Uhr bis 10 Uhr** in der **IHK Koblenz (Schlossstraße 2)** ist Dr. Oliver Stettes vom Institut der deutschen Wirtschaft zu Gast und gibt Impulse zum Thema „Zwischen Präsenzkultur und Zeitsouveränität: Arbeitszeitgestaltung für eine gute Vereinbarkeit“. Kooperationspartner der Veranstaltung sind die Fachkräfte-Allianz Mayen-Koblenz, das Koblenzer Bündnis für Familie und die Handwerkskammer Koblenz. Weitere Infos und eine Anmeldeöglichkeit stehen auf [www.ihk-koblenz.de](http://www.ihk-koblenz.de) unter Eingabe der **Nummer 141108551** zur Verfügung.





# HANDELSTAG RHEINLAND-PFALZ

Frische Ideen, spannender Austausch: Bei unserem neuen Veranstaltungsformat für den Handel dreht sich in diesem Jahr alles darum, wie sich Angebotsstrukturen im ländlichen Raum ändern – und wie Digitalisierung die Kundenansprache der Zukunft bestimmt.

Weitere Informationen zur kostenfreien Veranstaltung und das Online-Anmeldeformular finden Sie auf [www.ihk-koblenz.de](http://www.ihk-koblenz.de) unter Eingabe der Nummer **4020202**.

 [www.facebook.com/ihk.koblenz](https://www.facebook.com/ihk.koblenz)  
 [www.twitter.com/ihk\\_koblenz](https://www.twitter.com/ihk_koblenz)

 **IHK** Arbeitsgemeinschaft  
Rheinland-Pfalz