

# IHK-JOURNAL

DAS REGIONALE WIRTSCHAFTSMAGAZIN

Nº 11/12

Digitalisierung im  
Sachverständigenwesen

You'll never walk alone:  
IHK hilft bei Auslandsgeschäften

Katharina Kasper: Eine  
Heilige für Dernbach



**DIE NACHFRAGE STEIGT - TOURISMUS  
IM NÖRDLICHEN RHEINLAND-PFALZ**

**Impressum****IHK-JOURNAL**

DAS REGIONALE WIRTSCHAFTSMAGAZIN

**Herausgeber**

Industrie- und Handelskammer  
Koblenz  
Schlossstraße 2, 56068 Koblenz  
Internet: [www.ihk-koblenz.de](http://www.ihk-koblenz.de)  
[redaktion@koblenz.ihk.de](mailto:redaktion@koblenz.ihk.de)

**Redaktion**

Kristina Danneberg (v.i.S.d.P.)  
Telefon: 0261 106-150

Leon Mohr

Telefon: 0261 106-133

**Satz | Layout**

Daniel Klages-Saxler  
Telefon: 0261 106-158  
[klages-saxler@koblenz.ihk.de](mailto:klages-saxler@koblenz.ihk.de)

**Druck und Verlag**

Kröger Buch- und  
Verlagsdruckerei GmbH  
Industriestraße 21  
22880 Wedel  
Telefon: 04103 808 107  
Fax: 04103 808-149  
ISSN 0936-4579  
Auflage: 54.130 | (Q3/2014)

**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: Domink Ketz / RPT

**TOURISMUS IM NÖRDLICHEN RHEINLAND-PFALZ****SACHVERSTÄNDIGENWESEN****NACHGEFRAGT BEI ...****IHK INFORMIERT**

IHK-Businessfrühstück  
Produktverantwortung für  
Hersteller und Händler steigt  
Energieeffizienz-Netzwerke  
vor erfolgreichem Abschluss

**RECHT UND STEUERN**

Prof. Dr. Dieter Kugelmann im  
Interview zur DSGVO: „Alle  
müssen sich noch herantasten“

**WIRTSCHAFT IN ZAHLEN**

Wohin des Wegs? Berufsorientierung  
an weiterführenden Schulen

**TITELTHEMA**

Das nördliche Rheinland-Pfalz hat  
touristisch jede Menge zu bieten.  
Die Zahl der Übernachtungen steigt –  
gleichzeitig sinkt allerdings die Zahl der  
Beherbergungsbetriebe. In unserem  
Titelthema stellen wir eine neue Studie  
vor und lassen drei Hoteliers zu Wort  
kommen. Im Doppelinterview zur neuen  
Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025  
zeigen wir Perspektiven aus Politik  
und Wirtschaft.

**WIRTSCHAFTSTRENDS**

**04** Internationale Märkte: IHKs helfen Partner  
zu finden und Hürden zu überwinden. **16**

**05** Sachverständigenwesen: Digitalisierung  
durch qualifizierte Signaturkarte **18**

**06** **POLITIK AKTUELL**  
Zur Sache: Breitband und Digitalisierung  
für alle: Wunsch oder Realität? **19**  
Hingehört: Wie bewerten Sie das  
Straßenbauprogramm des Landes? **20**

**WIRTSCHAFT IN  
DER REGION** **21 bis 32**

**08** **NACHGEFRAGT BEI ...**  
Sr. M. Theresia Winkelhöfer **33**

**GENUSS UND REGION**  
Lamm- und Ziegenfleisch **34**

**RUBRIKEN**  
**Impressum** **2**  
**Veranstaltungsvorschau** **35**



[www.facebook.com/IHK.Koblenz](http://www.facebook.com/IHK.Koblenz)



[www.twitter.com/ihk\\_koblenz](http://www.twitter.com/ihk_koblenz)



[www.instagram.com/ihkkoblenz](http://www.instagram.com/ihkkoblenz)

**10**

# WIRTSCHAFTSSTANDORT RHEINLAND-PFALZ – ALLES IM GRÜNEN BEREICH?



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

**ZUR HALBZEITBILANZ MANGELT ES DER LANDESREGIERUNG VON RHEINLAND-PFALZ NICHT AN GUTEN NACHRICHTEN:** Seit ihrem Regierungsantritt vor zweieinhalb Jahren haben sich die wirtschaftlichen Kerndaten des Landes (unter anderem robustes Wachstum, Rekordbeschäftigung und Spitzenwerte beim Außenhandel) solide entwickelt – so solide, dass der Wirtschaftsminister Rheinland-Pfalz kürzlich als „Biggest Winner“ in Deutschland“ bezeichnet hat.

Jedoch: Wirtschaftsforscher vermehren zunehmend Sorgenwolken am Konjunkturm Himmel. Der Aufschwung verliert an Dynamik, der Fachkräftemangel stellt für viele Unternehmen im IHK-Bezirk Koblenz ein großes Wachstumshemmnis dar. Für die exportorientierten Gewerbebetriebe bedeuten die durch Handelskonflikte verschlechterten Rahmenbedingungen ein steigendes Risiko. Zugleich verbessert sich die Breitbandanbindung vielerorts nur langsam, und bei der Umsetzung des neuen Mobilfunkstandards 5G muss darauf geachtet werden, dass unsere ländlich geprägte Region mit berücksichtigt wird.

Eine schon so lange gut laufende Wirtschaft kann blind machen für bestehende Anpassungsbedarfe. Aus dem Wirtschaftsministerium twittert es Daten, Zahlen und Fakten, die belegen, wie gut das Land dasteht. Dabei mangelt es nicht an Herausforderungen: Fachkräftesicherung, Infrastruktur und verfügbare Industrie- und Gewerbeflächen sind nur einige der Themen, in denen die Politik Impulse setzen könnte. Übrigens: Die Digitalisierung der landeseigenen Verwaltungsprozesse wäre auch eine Investition in die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von Rheinland-Pfalz.

„Wirtschaftlich stark ins nächste Jahrzehnt“, das verspricht das Regierungsprogramm von 2016. Damit das gelingt und Rheinland-Pfalz wirklich zum großen Gewinner wird, muss die Politik mit gesteigertem Gestaltungswillen die nötigen Impulse setzen und für verbesserte wirtschaftliche Rahmenbedingungen im Land sorgen. Dafür wünschen wir der Landesregierung den nötigen Mut und stehen ihr als kritischer Partner gerne unterstützend zur Seite.

Ihre

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Susanne-Obing'.

Susanne Szczesny-Obing



## IHK-Frühstück für Mitgliedsunternehmen

Als IHK vertreten wir die wirtschaftlichen Interessen unserer Mitgliedsunternehmen, stehen ihnen als Berater für sämtliche Fragen rund ums Unternehmen zur Verfügung und bieten vielfältige Dienstleistungen an. Alle Mitgliedsunternehmen laden wir herzlich ein, uns näher kennenzulernen beim kostenfreien Businessfrühstück für (Neu-) Mitglieder am Dienstag, 11. Dezember 2018 von 8:30 Uhr bis 10:30 Uhr in der IHK Koblenz, Schlosstr. 2, 56068 Koblenz.

**Anmeldung auf [ihk-koblenz.de/businessfruehstueck](http://ihk-koblenz.de/businessfruehstueck) und bei unserem Ansprechpartner**

**Kontakt: Christian Jütte, 0261 106-279, [juette@koblenz.ihk.de](mailto:juette@koblenz.ihk.de)**

## Tipps und Trends beim 5. E-Commerce-Day

Wer in der digitalen Gegenwart erfolgreich sein will, muss seine Kunden dort abholen, wo sie sich heute überwiegend aufhalten – im Internet.

Die eigene Website, der eigene Shop und eine aktive Nutzung von Social-Media-Kanälen sind dabei unverzichtbar. Das Gleiche gilt für Themen wie mobiles Bezahlen, die Einbindung von Bewertungs- und Buchungsportalen oder den Einsatz von digitalen Assistenten.

Der E-Commerce-Day der IHK Koblenz bietet gebündeltes Expertenwissen zu diesem Themenkomplex und liefert anschauliche Beispiele aus der Praxis, greift spannende Entwicklungen auf und gibt einen Ausblick auf die Trends von morgen. Zeit und Raum zum Netzwerken und für den Austausch mit Kollegen und Fachleuten gibt es natürlich auch:

5. E-Commerce-Day am 20. November 2018, von 12:30 Uhr bis 17 Uhr in der IHK Koblenz, Schlosstraße 2, 56068 Koblenz.

**Weitere Informationen und Anmeldung auf [ihk-koblenz.de/e-commerce-day](http://ihk-koblenz.de/e-commerce-day) und bei unserem Ansprechpartner:**

**Kontakt: Christian Dübner, Telefon 0261 106-306, [duebner@koblenz.ihk.de](mailto:duebner@koblenz.ihk.de)**

03.12.  
2018

## Sitzung der IHK-Vollversammlung

IHK-zugehörige Unternehmen können nach vorheriger Anmeldung an den internen Sitzungen der IHK-Vollversammlung teilnehmen. Die nächste Sitzung der IHK-Vollversammlung findet am Montag, 3. Dezember, ab 15 Uhr in der IHK Koblenz statt.

Wer an einer Teilnahme interessiert ist, wendet sich bitte bis Montag, 26. November schriftlich an die IHK Koblenz, **Yvonne Steininger, Schlossstraße 2, 56068 Koblenz, oder per E-Mail an [steininger@koblenz.ihk.de](mailto:steininger@koblenz.ihk.de).**

## Abo-Falle der „DAZ Datenschutzauskunft-Zentrale Ltd.“

Die IHK Koblenz warnt vor Faxaussendungen der „DAZ Datenschutzauskunft-Zentrale Ltd.“ aus Malta. Diese hat, per „Eiliger Fax-Mitteilung“ unter dem Deckmantel der Umsetzung der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO), Firmen dazu aufgerufen, ihre Daten auf einem Formular herauszugeben und per Unterschrift zu bestätigen. Betroffene Firmen haben dann gegen Zahlung von netto 1.494 Euro (dreimal 498 Euro) ein sogenanntes „Leistungspaket Basis-Datenschutz“, bestehend aus Formularen und Anleitungen nach der DSGVO, sowie im Kleingedruckten ein Abonnement über die Laufzeit von drei Jahren erworben. Zwischenzeitlich hat das Landgericht München I der „DAZ Datenschutzauskunft-Zentrale Ltd.“ unter Anordnung eines Ordnungsgeldes in Höhe von bis zu 250.000 Euro verboten, der Münchner Anwaltskanzlei, die diese einstweilige Verfügung erwirkt hatte, weiterhin Faxanschriften zu übersenden.

**Weitere Informationen bei unserer Ansprechpartnerin**

**Kontakt: Elena Fendel, 0261 106-246, [fendel@koblenz.ihk.de](mailto:fendel@koblenz.ihk.de)**

# Abschied von geschätzten Kollegen

Gleich zweimal heißt es in diesem Jahr Abschied nehmen von geschätzten Kollegen, die aus dem Dienst bei der IHK Koblenz ausscheiden: Bernhard Meiser, seit 2012 Geschäftsführer Aus- und Weiterbildung und seit 1991 bei der IHK Koblenz, verlässt die IHK Koblenz ebenso in diesem Jahr wie Thomas Wild, der von 1992 an als Regionalgeschäftsführer die Geschicke der Geschäftsstelle Idar-Oberstein leitete. Die IHK Koblenz bedankt sich bei beiden für die langjährige verdienstvolle Arbeit, die sie in ihren jeweiligen Positionen geleistet haben. Susanne Szczesny-Oßing, Präsidentin, und Arne Rösse, Hauptgeschäftsführer der IHK Koblenz:



Bernhard Meiser (links) und Thomas Wild

„Thomas Wild und Bernhard Meiser sind leuchtende Beispiele für Mitarbeiter, die sich lange Jahre mit viel Herzblut und ausdauerndem Engagement für die Belange der regionalen Wirtschaft eingesetzt haben und dabei in ihrem Denken doch stets modern und frisch geblieben sind. Dafür möchten wir ihnen von ganzem Herzen danken und wünschen ihnen für ihre Zukunft alles Gute, viel Gesundheit, Glück und Zufriedenheit. Wir freuen uns auf ein Wiedersehen bei der einen oder anderen Gelegenheit!“

## IHK-Erfolgsstudie Weiterbildung

### Karrieresprung durch Fortbildung

# 65 %

der Absolventen einer Aufstiegsfortbildung konnten sich innerhalb des Unternehmens – also ohne einen Wechsel des Arbeitgebers – beruflich verbessern: Das ist ein zentrales Ergebnis der 9. Weiterbildungserfolgsumfrage des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK), die bundesweit und regional durchgeführt wurde. Bundesweit haben mehr als 17.500 Fortbildungsabsolventen an der Umfrage teilgenommen – rund 300 von ihnen aus dem Bezirk der IHK Koblenz. Mehr als 60.000 Frauen und Männer legen in Deutschland jährlich eine Prüfung der Höheren Berufsbildung zum Meister, Fachwirt oder Bilanzbuchhalter ab. Diese Fortbildungsabschlüsse sind dem Niveau sechs oder sieben des Deutschen Qualifikationsrahmens (DQR) zugeordnet und damit den Hochschulabschlüssen Bachelor und Master gleichwertig.

**Weitere Informationen sowie der gesamte Bericht auf [ihk-koblenz.de/erfolgsstudieweiterbildung](http://ihk-koblenz.de/erfolgsstudieweiterbildung) und bei unserer Ansprechpartnerin**

**Kontakt:** Diana Michel,  
0261 106-280, [michel@koblenz.ihk.de](mailto:michel@koblenz.ihk.de)

FOTO: FOTOLIA

## Produktverantwortung für Hersteller und Händler steigt

Zum 1. Januar 2019 wird die Verpackungsverordnung vom neuen Verpackungsgesetz abgelöst. Von da an müssen Verpackungen nicht mehr nur bei einem Dualen System lizenziert, sondern zusätzlich auch im Verpackungsregister LUCID registriert sein. Betroffen sind Hersteller und Händler, die verpackte Ware für den privaten und teilweise auch gewerblichen Endverbraucher erstmalig in Deutschland in Verkehr bringen. Dadurch sollen Trittbrettfahrer, die sich in der Vergangenheit nicht an den Entsorgungskosten ihrer Verpackungen beteiligt haben, reduziert werden.

Zu lizensierende und registrierende Verpackungen, sogenannte „systembeteiligungspflichtige Verpackungen“, sind mit Ware befüllte Verpackungen. Das bedeutet, dass derjenige, der verpackte Ware als erster in Umlauf bringt, diese lizensieren und registrieren muss. Die Produzenten von leeren Verpackungen sind davon nicht betroffen. Die Beteiligungspflicht gilt für Verkaufsverpackungen, die typischerweise beim privaten Endverbraucher oder vergleichbaren Anfallstellen, etwa Gaststätten, Krankenhäusern oder Kinos, landen. Bei Nichteinhaltung droht ein Betriebsverbot. Eine Übersicht der systembeteiligungspflichtigen Verpackungen ist auf der Website der Zentralen Stelle Verpackungsregister [www.verpackungsregister.org](http://www.verpackungsregister.org) abrufbar. Hier ist es auch jetzt schon möglich, sich zu registrieren.

**Weitere Informationen auf [ihk-koblenz.de](http://ihk-koblenz.de), unter Eingabe der Nummer 4131236 und bei unserer Ansprechpartnerin**

**Kontakt:** Anne Glück, 0261 106-286,  
[glueck@koblenz.ihk.de](mailto:glueck@koblenz.ihk.de)

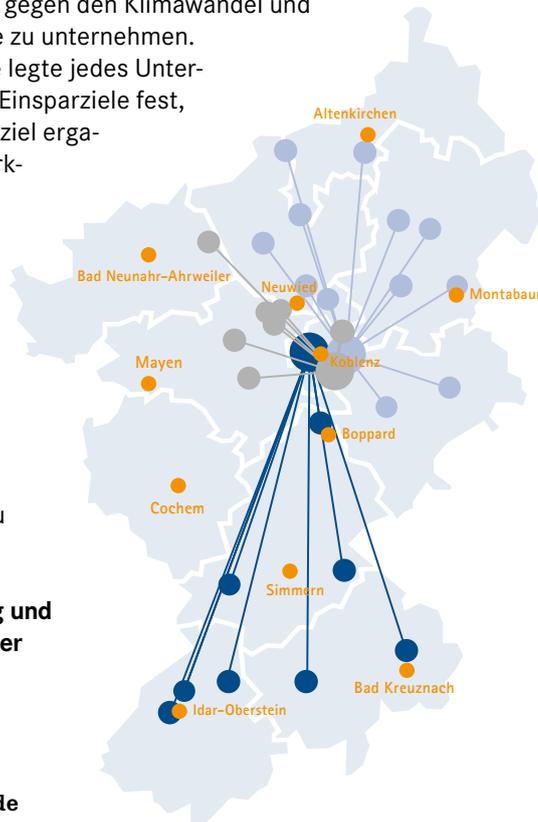
## Energieeffizienz-Netzwerke vor erfolgreichem Abschluss – Neue Netzwerke starten 2019

Die drei Energieeffizienz-Netzwerke der IHK Koblenz befinden sich auf der Zielgeraden und werden ihre Einsparziele erreichen. Vor drei Jahren haben sich 35 Industriebetriebe in drei Netzwerken zusammengeschlossen, um ihre Energieeffizienz gemeinsam zu steigern, Energiekosten zu reduzieren und damit etwas gegen den Klimawandel und für die eigene Betriebskasse zu unternehmen. Nach einer Potenzialanalyse legte jedes Unternehmen seine individuellen Einsparziele fest, die gebündelt das Netzwerkziel ergaben. Im Verlauf des Netzwerkprozesses fand dreimal im Jahr ein Erfahrungsaustausch in den Unternehmen statt. Durch ein jährliches Monitoring wurde überprüft, ob die Ziele erreicht werden konnten. Im Januar 2019 will die IHK Koblenz neue Netzwerke starten – Anmeldungen dazu sind noch möglich.

**Weitere Informationen auf [www.oeffizienznetzwerke.org](http://www.oeffizienznetzwerke.org) und bei unserem Ansprechpartner**

### Kontakt:

**Volker Schwarzmeier,**  
0261 106-268,  
[schwarzmeier@koblenz.ihk.de](mailto:schwarzmeier@koblenz.ihk.de)



## Die Energieeffizienz-Netzwerke der IHK Koblenz:

- **IHK Koblenz West:** Stadt Koblenz, Landkreis Ahrweiler, Mayen-Koblenz, Cochem-Zell  
**Netzwerkziel:** 29.454 MWh/Jahr weniger Strom- und Gasverbrauch  
**Beteiligte Unternehmen:** EHL, Finzelberg, Griesson - de Beukelaer, Kimberly-Clark, Krupp Druck, LTS Lohmann Therapie-Systeme, Stabilus, ThyssenKrupp Rasselstein, Trasswerke Meurin, ZF TRW/ Lucas Automotive
- **IHK Koblenz Ost:** Landkreise Neuwied, Altenkirchen, Westerwald, Rhein-Lahn  
**Netzwerkziel:** 32.261 MWh/Jahr weniger Strom- und Gasverbrauch  
**Beteiligte Unternehmen:** Calderys Deutschland, COHLIN, Johnson Controls Recycling, Klöckner Pentaplast, Lahnpapier, Licharz, Lohmann & Rauscher, M + C Schiffer, Metallwerk Elisenhütte, Raiffeisendruckerei, Schütz, SOLVAY INFRA BAD HÖNNINGEN, Steuler, TWE Dierdorf, WERIT Kunststoffwerke W. Schneider
- **IHK Koblenz Süd:** Landkreise Rhein-Hunsrück, Birkenfeld, Bad Kreuznach  
**Netzwerkziel:** 7.825 MWh/Jahr weniger Strom- und Gasverbrauch  
**Beteiligte Unternehmen:** ALUTECTA, Continental Teves, F. L. Juchem & Söhne, Fissler, Günter Effgen, Hay Group, Meffert AG Farbwerke, Polymer-Holding, SIMONA, SOLENIS Technologies Germany

## Gelungene Vermittlung



Bei der Bestenennung der IHK Koblenz wurden kürzlich die besten Absolventen einer Ausbildung für „sehr gute“ Leistungen in ihren Abschlussprüfungen ausgezeichnet. Untern ihnen: Ram Vohra (2. v. r.), ein Geflüchteter aus Afghanistan, der vor gut zwei Jahren die Qualifikationsberatung der IHK Koblenz in Anspruch nahm und als auszubildender Kaufmann im Einzelhandel an den Betrieb von Karl-Heinz Fellenzer (2. v. l.) vermittelt werden konnte. Herzlichen Glückwunsch an alle Absolventen!

## Neue Pflichten für Hersteller von Elektrogeräten

Die Neuerung des Elektro- und Elektronikgerätegesetzes (ElektroG) betrifft Hersteller, Importeure und Lieferanten wie auch Handelsunternehmen, die Geräte in Deutschland unter ihrem Markennamen in Verkehr bringen. Sie gelten allesamt als Hersteller und müssen sich online bei der Stiftung elektro-altgeräte register (EAR) auf [www.stiftung-ear.de](http://www.stiftung-ear.de) registrieren lassen. Neu ist der „offene Anwendungsbereich“ (open Scope). Nach diesem fallen grundsätzlich alle elektrischen und elektronischen Geräte unter die Registrierungspflicht – das gilt nun auch für Möbel und Bekleidung, sofern sie eine elektronische Funktion erhalten. Die Gerätearten werden in sechs statt bisher zehn Kategorien unterteilt. Zu beachten ist, dass bestehende Registrierungen am Stichtag, dem 26. Oktober 2018, automatisch in die neuen Gerätearten überführt werden. Am 15. November 2018 endet die Anzeigefrist für Änderungsbedarf bei automatisch überführten Registrierungen.

**Weitere Informationen auf [ihk-koblenz.de](http://ihk-koblenz.de), unter Eingabe der Nummer 4131126 und bei unserer Ansprechpartnerin**

**Kontakt: Anne Glück, 0261 106-286, [glueck@koblenz.ihk.de](mailto:glueck@koblenz.ihk.de)**

## „Alle müssen sich noch herantasten“

Eine neue Vorschrift regelt europaweit den Umgang von Unternehmen mit personenbezogenen Daten: die EU-Datenschutz-Grundverordnung, kurz DSGVO. Über die seit 25. Mai wirksame Verordnung und ihre Auswirkungen sprachen wir mit Prof. Dr. Dieter Kugelmann, dem Landesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Rheinland-Pfalz.



FOTO: PROF. DR. DIETER KUGELMANN

### Herr Professor Kugelmann, seit 25. Mai dieses Jahres ist die EU-Datenschutz-Grundverordnung wirksam. Welchen Eindruck haben Sie von der Umsetzung?

*Ich habe den Eindruck, dass die Angst und Hysterie, die teilweise vorhanden waren, jetzt eher der Besonnenheit gewichen sind. Wenn ich mit Unternehmen rede, sind die alle wach und an dem Thema dran. Jeder weiß, dass es schwierig wäre, schon jetzt 100 Prozent erfüllt zu haben. Das Ganze ist als Prozess angelegt. Und den einzuleiten, das haben meines Erachtens sehr viele Unternehmen getan.*

### In der DSGVO ist die Rede von Informationspflichten, Datenschutzerklärung und Einwilligung. Was unterscheidet diese Aspekte?

*Wenn man Daten erhebt und benutzt, erfordert dies eine Grundlage. Eine mögliche Grundlage ist die Einwilligung. Beispiel: Ich schicke jemandem einen Newsletter, wenn die betreffende Person einwilligt, dass ihre E-Mail-Adresse dazu genutzt werden darf. Es geht also um die Zustimmung, die Daten überhaupt verarbeiten zu dürfen und wofür. Die Informationspflichten dagegen sind Pflichten für diejenigen, die mit Daten umgehen, zum Beispiel Kundendaten verarbeiten oder*

*einen Newsletter verschicken. Hier geht es darum, den Kunden angemessen zu erläutern, was eigentlich mit ihren Daten passiert.*

### Und die Datenschutzerklärung ...

*... ist das dafür notwendige Dokument. Mit der Datenschutzerklärung kommen Unternehmen ihrer Informationspflicht nach, sie konkretisiert die allgemeine Informationspflicht. Sie dient den Empfängern als Grundlage für die Entscheidung, ob sie mit dem geschilderten Umgang mit ihren Daten einverstanden sind oder nicht.*

### Muss ein Betrieb seine Datenschutzerklärung von den Kunden unterschreiben lassen?

*Nein. Aber sie muss inhaltlich richtig und vollständig sein.*

### Gilt die DSGVO eigentlich auch für Betriebe, die nur Firmenkunden haben?

*Die DSGVO gilt für personenbezogene Daten. Ob B2B oder B2C ist per se also erstmal ohne Bedeutung. Wenn zwischen Betrieben personenbezogene Daten übermittelt werden, gilt die DSGVO; wenn nur Maschinendaten oder Maße von Produkten übermittelt werden, dann gilt sie nicht.*

### Werden auch Kleingewerbetreibende von der DSGVO erfasst?

*Ja – wenn sie personenbezogene Daten erfassen und verarbeiten. Allerdings kann die Art der Umsetzung sehr wohl voneinander abweichen, je nachdem, ob es um einen Kleinbetrieb oder einen Konzern mit einer eigenen Rechtsabteilung geht. Also: Die DSGVO gilt für alle, wenn sie personenbezogene Daten verarbeiten, aber sie muss handhabbar ausgelegt werden.*

### Können Unternehmen die Daten ihrer Kunden denn überhaupt wie bisher für ihre Werbung verwenden?

*Ja. Die Frage ist, welche Daten der Kunden man dazu wie verwendet. Das muss man in der Datenschutzerklärung darlegen. Eine Regelung innerhalb der DSGVO weist ausdrücklich auf die Direktwerbung hin: Hier bedarf es nämlich nicht zwingend einer Einwilligung. Es handelt sich um ein legitimes Geschäftsinteresse, deshalb dürfen Kundendaten grundsätzlich dafür genutzt werden. Aber: Man muss den Kunden Informationen über die Art und Weise des Umgangs mit ihren Daten zugänglich machen.*

**Dies ist eine gekürzte Fassung. Das vollständige Interview ist online abrufbar, auf [ihk-koblenz.de/interviewDSGVO](http://ihk-koblenz.de/interviewDSGVO)**

*Das Gespräch führte Lothar Schmitz.*

## Info-Service

Weitere Informationen zum Thema Datenschutz auf:

[www.datenschutz.rlp.de](http://www.datenschutz.rlp.de)

[www.ihk-koblenz.de/recht/Datenschutz/faqs-zur-dsgvo2/4125458](http://www.ihk-koblenz.de/recht/Datenschutz/faqs-zur-dsgvo2/4125458)

Außerdem informiert die IHK Koblenz 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)

### Kontakt:

Helene Rörig

0261 106-218

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



# Wohin des Wegs? Berufsorientierung an weiterführenden Schulen

Welchen Beruf wird mein Kind einmal wählen? Eltern beschäftigen sich meist viel früher mit der Frage der Berufswahl ihrer Kinder als der Nachwuchs selbst – das ist fast schon ein Naturgesetz. Um herauszufinden, wie Eltern die schulischen Angebote zur Berufsorientierung einschätzen, hat der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) nun eine bundesweite Umfrage durchgeführt. Das aus Unternehmersicht wichtigste Ergebnis: Betriebspraktika sind nach Meinung aller Eltern – ganz gleich, auf welche Schule ihre Kinder gehen – das effektivste Instrument zur Berufsorientierung. Allerdings bieten den Eltern zufolge

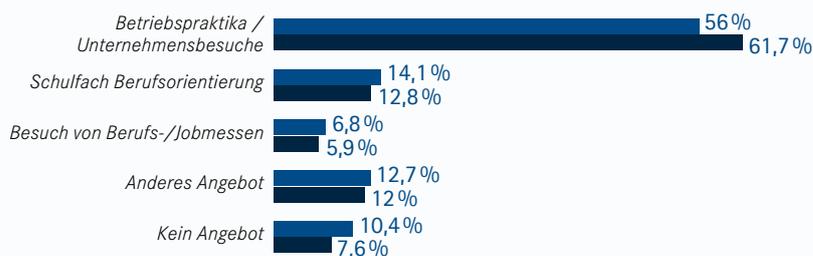
nur 35,7 Prozent der Gymnasien und 38,3 Prozent der anderen weiterführenden Schulen überhaupt Betriebspraktika oder Unternehmensbesuche an. Und ein Fünftel der Schulen macht den Schülern gar kein Angebot im Bereich Berufsorientierung. Hier besteht also noch erheblicher Nachholbedarf! Die IHKs in Rheinland-Pfalz setzen sich für eine verbesserte Berufsorientierung an den Schulen ein und leisten beispielsweise mit der Vermittlung von Schulpatenschaften, der Unterstützung von Ausbildungsmessen und ihrer landesweiten Imagekampagne für die duale Berufsausbildung, durchstarter.de, ihren Beitrag.



## Betriebspraktika am vielversprechendsten

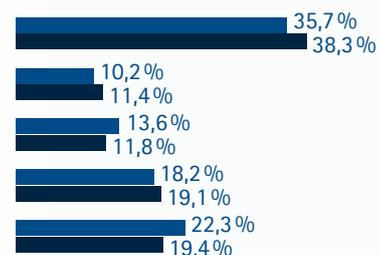
Betriebspraktika sind aus Sicht der Eltern aller Schüler mit großem Abstand das wichtigste schulische Angebot im Bereich Berufsorientierung, gefolgt vom Schulfach Berufsorientierung und dem Besuch von Berufs-/Jobfachmessen.

**Frage:** Welche schulischen Angebote unterstützen Ihrer Meinung nach Ihre Kinder am besten dabei, den Einstieg ins Berufsleben zu finden?



■ Eltern mit Kindern auf dem Gymnasium  
■ Eltern mit Kindern auf anderen weiterführenden Schulen

Tatsächliche Angebote der Schulen



**Gymnasien**

**Informationsangebot**

**49,8 %**

Studium

**9,7 %**

Ausbildung

Kinder auf dem Gymnasium werden nach Auffassung ihrer Eltern deutlich häufiger über Möglichkeiten zum Studium informiert als über Möglichkeiten zur Berufsausbildung.

**Alle weiterführenden Schulen**

**Infos zum Studium**

**28,3 %**

Andere

**49,8 %**

Gymnasium

Kinder auf dem Gymnasium werden nach Auffassung ihrer Eltern deutlich häufiger über Möglichkeiten zum Studium informiert als Kinder auf anderen weiterführenden Schulen.

**Andere weiterführende Schulen**

**Studium und Ausbildung**

**28,3 %**

Studium

**23,9 %**

Ausbildung

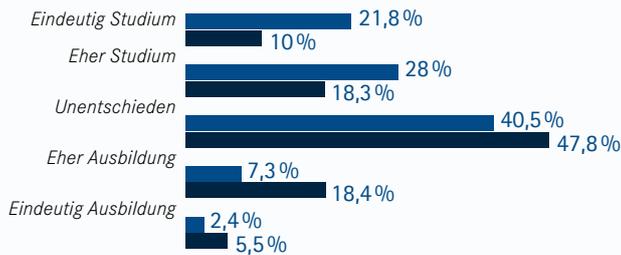
Kinder auf anderen weiterführenden Schulen werden nach Auffassung ihrer Eltern nahezu gleichwertig über Möglichkeiten zum Studium und zur Berufsausbildung informiert.



**Unterschiedliches Informationsangebot**

An Gymnasien wird im Vergleich zu anderen weiterführenden Schulen weniger über eine Ausbildung informiert.

**Frage:** Informieren die Angebote zur Studien- und Berufsorientierung an der Schule Ihrer Kinder eher über Möglichkeiten zum Studium oder zur Ausbildung?



■ Eltern mit Kindern auf dem Gymnasium  
 ■ Eltern mit Kindern auf anderen weiterführenden Schulen

# DIE NACHFRAGE STEIGT

*Autor: Lothar Schmitz*

Wein und Weltkulturerbe, Kunst und Kongresse, Sport und Spaß – das nördliche Rheinland-Pfalz hat touristisch jede Menge zu bieten. Das Angebot wird angenommen, die Zahl der Ankünfte und Übernachtungen etwa im Mittelrheintal steigt. Gleichzeitig, das zeigt eine neue Studie im Auftrag der IHK Koblenz, sinkt allerdings die Zahl der Beherbergungsbetriebe – zum Beispiel, weil bestehende Betriebe die Nachfolge nicht klären konnten. In unserem Titelthema stellen wir die Studie vor und lassen exemplarisch drei Hoteliers zu Wort kommen. Im abschließenden Doppelinterview zur neuen Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 mit Perspektiven aus Politik und Wirtschaft setzen wir das Thema ins größere Bild.



Schon lange bevor es Premiumwanderwege und E-Bike-Touren gab, war die Region zwischen Bonn, Koblenz und Bingen bei Besuchern gefragt. Es waren britische Reisende, die es ab Ende des 18. Jahrhunderts immer häufiger an den Mittelrhein zog. Allen voran Dichter und Maler: Lord Byron etwa und William Turner kamen, blieben einige Wochen und sorgten mit ihren Texten und Gemälden dafür, dass sich die Vorstellung vom „Romantischen Rhein“ – seit etwa 1810 ein feststehender Begriff – in die Welt verbreitete.

Heute, gut 200 Jahre später, hat der „Romantische Rhein“ nichts von seiner Anziehungskraft eingebüßt. 2002 wurde er sogar geadelt und darf sich seitdem UNESCO-Welterbe Oberes Mittelrheintal nennen, was touristisch für zusätzlichen Schub sorgt.

Wem „Anziehungskraft“ und „Schub“ zu abstrakt klingen, der sei auf Zahlen aus der erst vor wenigen Tagen veröffentlichten „Beherbergungsmarkt- und Verträglichkeitsanalyse für das Mittelrheintal“ der Münchener Tourismus-Beratung dwif-Consulting im Auftrag der IHK Koblenz verwiesen: Zwischen 2012 und 2017 stieg die Zahl der Gästeankünfte um 13 Prozent auf 1,4 Millionen, die Zahl der Übernachtungen wuchs im selben Zeitraum um elf Prozent auf 2,8 Millionen. Und noch eine Zahl: Die Bettenauslastung der Hotellerie nahm kontinuierlich zu und lag 2017 um 6,4 Prozentpunkte höher als 2012.

Dieser Trend wird sich voraussichtlich fortsetzen. „Mehr als 70 Prozent der befragten Unternehmen und mehr als 55 Prozent der befragten Beherbergungsbetriebe gehen von Nachfragesteigerungen aus“, heißt es in der Hotelbedarfsanalyse, die auf den Studien „Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Region Romantischer Rhein 2014“ und „Die Zukunft der Beherbergungsbetriebe im Mittelrheintal“ von 2017 aufsetzt.

### Hohe Nachfrage in Koblenz

Rainer Schäfer spürt diesen Boom im eigenen Haus. Er ist Direktor des sander Hotels mitten in Koblenz. Es dürfte das jüngste Hotel in der Region sein, am 1. September öffnete es seine Pforten. „Das Geschäft läuft gut an, die



Rainer Schäfer ist Direktor des sander Hotels in Koblenz, das im September 2018 eröffnet hat. Die Nachfrage, sagt er, sei schon jetzt enorm.

Nachfrage ist hoch“, erzählt der Hotelier, „wir könnten locker wesentlich mehr als die 100 Zimmer füllen, die wir haben.“ Er führt das auf die Lage zurück und ein stimmiges Konzept, aber eben auch auf die allgemein hohe Nachfrage nicht nur von Touristen, sondern auch im Segment der Geschäftsreisen.

„Viele in Koblenz dachten, die Bundesgartenschau sei der Höhepunkt, danach gehe die Nachfrage zurück“, sagt Schäfer, „doch das Gegenteil war der Fall.“ Seine Erklärung: „Städte wie Koblenz, Trier oder Mainz ziehen, aber genauso stark sind Rheintal und Mosel oder der Laacher See gefragt, vor allem bei Rad- und Wandertouristen.“

Das sander Hotel wird nicht der einzige neue Betrieb bleiben. Wie die Hotelbedarfsanalyse zeigt, werden in den kommenden zehn Jahren rund 3.000 neue Hotelbetten – 1.500 Doppelzimmer – in der Ferienregion Romantischer Rhein benötigt, und zwar in mehreren Beherbergungssegmenten. Der Grund:

„Gerade wegen einer oftmals unklaren Betriebsnachfolge und häufig zu kleinen Einheiten, die sich betriebswirtschaftlich kaum noch rentabel betreiben lassen, sind die Bettenkapazitäten im Mittelrheintal rückläufig“, erläutert Christian Dübner, Tourismus-Referent der IHK Koblenz.

### Frühzeitig Nachfolge gesichert

Anderer Fall: Rettert liegt nicht im Mittelrheintal – aber in dessen Einzugsgebiet. Trotzdem macht Klaus Gemmer, der in dem Taunus-Örtchen den Landgasthof Gemmer in zehnter Familiengeneration führt, gemessen an den Empfehlungen der dwif-Analyse alles richtig. Er hat die Gastronomie des Hotels vergrößert, sieben Gesellschaftsräume eingerichtet und das Haus 2014 um 16 Komfortzimmer und Suiten erweitert. Außerdem entschied sich seine 26-jährige Tochter schon frühzeitig für die Unternehmensnachfolge. „Sie ist in unserem Betrieb in Vollzeit angestellt“, berichtet Gemmer, „mit eigenen Aufgaben- und Verantwortungsgebieten.“ Für viele Gäste sei die Nähe zum Rheintal ein Reisegrund, erzählt der Hotelier: „Zum Beispiel, weil sie auf dem Rheinsteig wandern wollen.“ Zugleich hat der Rhein-Lahn-Kreis etwas Außergewöhnliches zu bieten: „Wir grenzen mit dem Oberen Mittelrheintal und dem Limes gleich an zwei Welterbestätten“, sagt Gemmer.





Der Landgasthof Gemmer in Rettert wird von Klaus Gemmer (Mitte) und seiner Frau geführt. Ihre Tochter (3. v. r.) steht als Nachfolgerin in den Startlöchern.



Antje und Wolfgang Thul (v. l.) haben ihr Hotel in Cochem an die junge Unternehmerin Debora Hegenbarth (r.) und ihren Mann übergeben.

Die landschaftlichen Höhepunkte sind denn auch ein Grund, weshalb er optimistisch in die Zukunft blickt. Ein anderer: die Nähe zu Limburg, Wiesbaden und Koblenz sowie zu Messezeiten die Nachfrage aus Frankfurt am Main. Auch deshalb hat er investiert. „Und weil die Investition ein Bekenntnis zur Zukunft ist, bin ich froh, auch die so wichtige Unternehmensnachfolge frühzeitig geregelt zu haben“, ergänzt der 57-Jährige. „Eine Nachfolge braucht Zeit und Freiraum zur Entwicklung und Umsetzung neuer Ideen, unsere Tochter hat frühzeitig die Möglichkeit, dies in unserem Betrieb zu realisieren und Chancen und Risiken auszuloten.“

Mit einer weiteren Aktivität liegt der Geschäftsführer im Trend. „Wichtig ist, dass unsere Familienunternehmen Netzwerke bilden“, sagt die rheinland-pfälzische Wirtschaftsstaatssekretärin Daniela Schmitt im Interview auf Seite 11. Gemmer trifft sich regelmäßig mit Hoteliers und Gastronomen in seiner Region. „Schon meine Eltern pflegten diesen

Gedankenaustausch“, erzählt er, „denn nur gemeinsam ist man stark.“

### Erfolgreiche Übergabe in Cochem

Netzwerke sind für die Landesregierung ein wichtiges Element ihrer neuen Tourismusstrategie 2025. Damit möchte sie die Weichen für die touristische Entwicklung in Rheinland-Pfalz stellen. Die vier rheinland-pfälzischen IHKs waren an der Erarbeitung beteiligt. „Sie ist ein guter Orientierungsrahmen, um die Strukturen im Tourismus weiter zu verbessern“, lobt Dübner, „in den kommenden Jahren müssen nun konkrete Maßnahmen umgesetzt werden.“ Herausforderungen gebe es viele – von der Digitalisierung über den Fachkräftemangel bis zur Betriebsnachfolge.

In Cochem ist die schon gelungen: Im Januar 2017 übergaben Antje und Wolfgang Thul ihr Moselromantik-Hotel THUL an Debora Hegenbarth aus Dorsten, die mit ihrem Mann und ihrer Mutter auf der Suche nach einem Hotel war. Keine Familiennachfolge wie im Landgasthof Gemmer – aber ebenfalls eine mit Perspektive, denn die 30-jährige Unternehmerin lernte im Schlosshotel Lerbach in Bergisch Gladbach Hotelfachfrau und arbeitete zwei Jahre auf der „MS Europa“, wo sie auch ihren Mann kennenlernte.

Mit dem Hotel an der Mosel übernahm Hegenbarth einen alteingesessenen Familienbetrieb, „gut strukturiert und geführt und mit vielen Stammgästen“, wie sie erfreut erzählt. „Das verschaffte

uns eine tolle Startposition.“ Nun, nachdem das Ehepaar sich in Cochem akklimatisiert hat, setzt es behutsam neue Akzente. Man müsse die Stammkundschaft pflegen, erklärt die Geschäftsführerin, „sich aber auch für neue, jüngere Gäste öffnen.“ Das Hotel hat dazu beispielsweise die Gastronomie stark erweitert, nutzt intensiv das Internet – vor allem in Form von Buchungsportalen –, kooperiert mit TUI Belgien, präsentiert sich aber auch mit einem eigenen Stand auf dem Cochemer Weihnachtsmarkt. Außerdem öffnet das Hotel nun auch im Winter und ist etwa an Weihnachten und Silvester gut gebucht.

Nur manchmal vermissen Debora Hegenbarth und ihr Mann die Weite des Meeres. Dennoch: „Die Entscheidung für dieses Hotel an der Mosel“, sagt die junge Unternehmerin, „fühlt sich vollkommen richtig an!“

**Weitere Infos zur Hotelbedarfsanalyse und der Tourismusstrategie 2025 auf:**

[ihk-koblenz.de/hotelbedarfsanalyse](http://ihk-koblenz.de/hotelbedarfsanalyse)  
[rlp.tourismusnetzwerk.info](http://rlp.tourismusnetzwerk.info)

### Kontakt:

Christian Dübner  
0261 106-306

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



2,8 Mio.

Übernachtungen verzeichnete  
das Mittelrheintal im  
vergangenen Jahr.

## „Die ganzheitliche Bedeutung des Tourismus“

Am 31. Oktober – nach Redaktionsschluss dieser Ausgabe – wurde die neue Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 vorgestellt. Erarbeitet wurde sie vom Wirtschaftsministerium gemeinsam mit den Partnern im Tourismus in Rheinland-Pfalz: der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern, dem DEHOGA Rheinland-Pfalz e. V., der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH und dem Tourismus- und Heilbäderverband e. V. Eng verzahnt war die Arbeit zudem mit der Enquete-Kommission Tourismus des Landtags. Über die Entwicklung des Tourismus in Rheinland-Pfalz sprachen wir mit Daniela Schmitt, Staatssekretärin im Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau des Landes Rheinland-Pfalz, und August Moderer, Geschäftsführer der mainzplus CITYMARKETING GmbH und Vorsitzender des IHK-Arbeitskreises Tourismus.

### Frau Staatssekretärin Schmitt, wo liegen die touristischen Stärken von Rheinland-Pfalz?

Ich bin immer wieder begeistert von der Vielfalt unseres Landes. Unsere Flusslandschaften sind einzigartig schön, die Weinbauregionen und Wälder mag ich ganz besonders im Herbst, wenn die Blätter bunt leuchten. Und in diesen Landschaften haben wir so viel zu bieten. Kulturell, wie etwa die UNESCO-Welterbestätten, Burgen, Schlösser oder Festivals. Wer es sportlich mag, ist bei uns ebenso gut aufgehoben: Prädikats-Wanderwege, Radtouren, Kanu fahren. Bei uns gibt es für jeden Geschmack etwas. Und mit unserer Weinkultur haben wir ein Alleinstellungsmerkmal. Mit rheinland-pfälzischer Lebensart, erlebbarer Regionalität und Offenheit für andere Menschen haben wir beste Voraussetzungen, gute Gastgeber zu sein.

### Wie lässt sich das „neue rheinland-pfälzische Tourismusbewusstsein“ beschreiben?

Unser Ziel – und ich glaube, dass ich hier für alle in der Tourismusbranche, aber auch für die Kommunen sprechen kann

– ist es, die ganzheitliche Bedeutung des Tourismus und seine Rolle für die Wertschöpfung ins Bewusstsein zu rücken. Das Rückgrat des Tourismus ist das Gastgewerbe. Für einen erfolgreichen Tourismus in Rheinland-Pfalz spielen jedoch viele weitere Branchen und Faktoren eine wichtige Rolle. Dazu gehören Wein und Kultur, Handel, Handwerk und Dienstleistung, Land- und Forstwirtschaft, Architektur und Baukultur, Gesundheit, Naturschutz und Landschaftserleben, Regional- und Kommunalentwicklung und auch Mobilität und Verkehr. Ich wünsche mir, dass der Tourismus selbstverständlich als ein Querschnittsthema bei allen politischen Entscheidungen mitgedacht wird.

### Was sind die Grundzüge der Tourismusstrategie 2025?

Das wichtigste Ziel ist die Erhöhung der Wertschöpfung aus dem Tourismus in Rheinland-Pfalz. Dafür haben wir Handlungsfelder, so genannte „Strategische Wege“, erarbeitet, die nun Schritt für Schritt umgesetzt werden müssen. Stichworte sind die Entwicklung einer Wirtschaftsstandortmarke und die Verbesserung des Marketings, damit sich die



„Ich wünsche mir, dass der Tourismus selbstverständlich als ein Querschnittsthema bei allen politischen Entscheidungen mitgedacht wird.“

Staatssekretärin Daniela Schmitt

FOTO: DOMINIK KETZ / RPT



*Tourismuswirtschaft mit klarem Profil im nationalen und internationalen Wettbewerb positionieren kann. Wichtig ist auch, dass unsere Familienunternehmen Netzwerke bilden. Ebenso geht es um eine besser auf die Bedürfnisse des Sektors abgestimmte Förderung. Die Optimierung der Strukturen im Tourismus sowie die Profilierung nach innen und außen sind unsere weiteren Zukunftsaufgaben.*

**Wie soll die Umsetzung der Tourismusstrategie erfolgen und welche finanzielle Ausstattung ist vorgesehen?**

*Wir haben im Wirtschaftsministerium bereits im Juli dieses Jahres die neue Stelle eines „Umsetzungsmanagers“ eingerichtet, der die Arbeit zu den Handlungsfeldern und Projekten koordiniert. Zusätzlich betreuen die Partnerorganisationen spezielle Themenbereiche. So haben sich zum Beispiel die IHKs bereit erklärt, die Leitung beim Projekt „Starke Familienunternehmen“ zu übernehmen. Im Entwurf für den neuen Doppelhaushalt des Landes hat die Landesregierung für die Förderung des Tourismus im kommenden Jahr 8,7 Millionen Euro vorgesehen und für 2020 zehn Millionen Euro.*

**Eines der für die Branche bedeutendsten Themen ist die Digitalisierung. Was ist dazu geplant?**

*Natürlich sehen wir auch im Tourismus, dass Digitalisierung immer wichtiger wird. In der Marktbeobachtung, im Marketing oder bei der Produktgestaltung hat die Digitalisierung das touristische Geschehen revolutioniert. Nun müssen wir daran arbeiten, dass diese neuen*

*Entwicklungsperspektiven in unserem Land auf fruchtbaren Boden fallen. Das wäre vielleicht auch etwas für Unternehmensgründer. Dafür haben wir gerade ein neues Förderprogramm „Startup Innovativ“ auf den Weg gebracht. Außerdem fördert das Land WLAN-Hotspots in Kommunen, um die Infrastruktur- und Versorgungsqualität zu verbessern.*

**Herr Moderer, welche Erwartungen und Wünsche haben Sie an die neue Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025?**

*Grundsätzlich ist es ein großer Schritt der Landesregierung – unter anderem durch die Gründung der Enquete-Kommission –, dem Tourismus den verdienten Stellenwert in der Gesellschaft zu geben. Aktuell wird der Tourismus nämlich noch in vielen Bereichen unterschätzt. Die Vielfalt der touristischen Angebote in Rheinland-Pfalz erzeugt eine enorm hohe Wertschöpfung, die sich in vielerlei Bereichen entlang der Wertschöpfungskette zeigt.*

**Welche Themen sind aus Ihrer Sicht für die landestouristische Weiterentwicklung von besonderer Relevanz?**

*Wichtig ist, dass sich das Land Rheinland-Pfalz als starke Marke präsentiert und sich gebündelt vermarktet. Leider steht dieser Entwicklung oftmals das berühmte-berühmte „Kirchturmdenken“ im Weg – sowohl in der Politik als auch im Tourismus und der Weinwirtschaft. Viele andere Länder und Regionen haben es uns schon vorgemacht: Sie haben eine Marke entwickelt und diese auch*



**„Wichtig ist, dass sich das Land Rheinland-Pfalz als starke Marke präsentiert und sich gebündelt vermarktet.“**

*August Moderer, Vorsitzender des IHK-Arbeitskreises Tourismus*

*entsprechend mit Leben, Inhalten und Werten gefüllt. Gute Beispiele sind die Tourismusregionen Tirol in Österreich und Südtirol in Italien: Hier werden seit Jahrzehnten nicht nur die touristischen Produkte des Landes vermarktet, sondern das authentische Gesamterlebnis einer Region – weit über klassische Tourismusprodukte hinaus. Mittlerweile*



werden diese Regionen international als starke Marken und „Best Practices“ für eine funktionierende Markenbildung wahrgenommen.

### Rheinland-Pfalz setzt künftig auf „Tagungsgenuss“ als eines von vier neuen Geschäftsfeldern. Bringt das einen weiteren Schub?

Die Tagungsbranche boomt seit Jahrzehnten. Deutschland ist in Europa das Tagungsland Nummer eins und weltweit hinter den USA seit vielen Jahren die Nummer zwei. Es lohnt sich definitiv, in diese Branche zu investieren – und zwar langfristig. Geschäfts- und Tagungstouristen geben wesentlich mehr Geld pro Besucher und Tag aus als Privatreisende. In großen Städten werden pro Tagungsgast 700 Euro pro Tag und mehr ausgegeben. Hier sollte das Land weiter investieren – die Investitionen kommen über die generierte Wertschöpfung, unter anderem über die Steuereinnahmen, wieder zurück.

### Wo sehen Sie besondere Herausforderungen für den rheinland-pfälzischen Tourismus?

Ich glaube, dass unser Land sehr viel zu bieten hat. Wir haben sehr viel Kultur in unseren Städten – unter anderem haben wir mit Trier, Mainz und Koblenz drei der ältesten Städte Deutschlands. Aber auch andere Städte wie Worms und Speyer mit ihrer weitreichenden Geschichte und Kultur sind absolut bemerkens- und sehenswert. Die Herausforderung in Rheinland-Pfalz sehe ich darin, die Destinationen in Zukunft weiter zu vernetzen und entsprechende Angebote zu schaffen. Der Tourismus im länd-

lichen Raum muss vorangebracht werden, um vermehrt Besucher wie Familien und Reisegruppen anzuziehen. Auch Wein und Kultur lassen sich wunderbar vernetzen.

### Thema Tourismusfinanzierung: Was können Kommunen von Mainz lernen?

Wir haben in Mainz schon vor Jahren den Wege eingeschlagen, dass wir die Bereiche Kongress, Kultur, Tourismus, Stadtmarketing, Events und Citymanagement zusammengelegt haben. Die wirtschaftlich erfolgreichen Abteilungen unterstützen die anderen Bereiche, die keine oder kaum Gewinne machen, durch Quersubventionen. In Mainz heißt das, dass der Bereich Kongress und der Bereich Kultur in Teilen das notwendige Budget für Tourismus und Stadtmarketing erwirtschaften. Auch haben wir im Tourismusfonds Mainz – ein Modell zur freiwilligen Tourismusfinanzierung – die Leistungsträger, wie Hotellerie, Einzelhandel und andere, einbezogen. Alle bezahlen in einen Topf und alle bestimmen, für welche Marketing- und Werbemaßnahmen das Geld ausgegeben wird. Das machen München, Nürnberg und andere Städte auch schon seit vielen Jahren sehr erfolgreich. Tourismus ist ein Teil der gesamten Wirtschaft – so müssen wir das sehen und so müssen wir uns auch selbstbewusst nach außen darstellen.

## Info-Veranstaltungen

### 2. Trendforum Hotellerie & Gastronomie 26. November 2018

#### Gastronomisches Bildungszentrum (GBZ) der IHK Koblenz

Führungskräfte aus Hotellerie, Gastronomie und der Tourismusbranche können sich beim 2. Trendforum Hotellerie & Gastronomie auf den neuesten Stand bringen. René Borbonus, Mitglied des Bildungsnetzwerks Speakers Excellence, hält einen Impulsvortrag zum Thema Respekt. Jan Scheidsteiger spricht über „Trends in der Gastronomie“. Vielfältige Workshops und eine große Ausstellung runden das Programm ab.

**Mehr Infos und Anmeldung:**  
kontakt@gbz-koblenz.de  
Tel. 0261 30489-30  
www.gbz-koblenz.de

### 18. Tourismustag „Rheinland-Pfalz – Gastgeber der Zukunft!“

28. November 2018

#### Rhein-Mosel-Halle Koblenz

Die Umsetzung der Tourismusstrategie 2025 steht beim 18. Tourismustag im Fokus. Stefan Niemeyer und Julia Jung von der neusta eTourismus GmbH zeigen die Herausforderungen der Branche auf und geben Tipps, wie neue technische Möglichkeiten genutzt werden können. „Wie kann ich mich künftig als gefragter Gastgeber präsentieren?“ – das ist die zentrale Frage, zu der innovative Ideen und Positivbeispiele präsentiert werden.

**Mehr Infos und Anmeldung:**  
rlp.tourismusnetzwerk.  
info/2018/09/26/  
terminhinweis-tourismus-  
tag-2018-in-koblenz/

FOTO: DOMINIK KETZ / RPT



# You'll never walk alone

*Auch jenseits der Debatte um zunehmenden Protektionismus stehen gerade kleine Unternehmen vor zahlreichen praktischen Herausforderungen, wenn es darum geht, auf internationalen Märkten aktiv zu sein oder zu werden. Mit zahlreichen Dienstleistungen ermöglichen die IHKs ihnen, Partner im Ausland zu finden und die vielen Hürden im Im- und Export zu überwinden.*

Die Zahlen sprechen eine deutliche Sprache: Die 79 IHKs in Deutschland stellten im Jahr 2017 mehr als 1,9 Millionen Carnets, Ursprungszeugnisse und weitere dem Außenwirtschaftsverkehr dienende Bescheinigungen aus. Mehr als 77.200 Wirtschaftsvertreter nahmen an rund 3.100 IHK-Außenwirtschaftsveranstaltungen teil. Die Zahl der persönlichen Beratungsgespräche sowie der bearbeiteten telefonischen und schriftlichen Anfragen zum Thema Zoll- und Außenwirtschaftsrecht erreichte mit rund 414.000 einen neuen Höchststand. Dies alles und viel mehr ist im „Außenwirtschaftsreport 2017“ des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) nachzulesen.

In diesen Zahlen spiegelt sich einerseits die anhaltende Exportstärke wider. Auch wenn sich die Erwartungen der Industrieunternehmen an ihr Exportgeschäft laut dem aktuellen DIHK-Konjunkturbericht spürbar eingetrübt haben: Unter dem Strich blicken die Betriebe weiterhin mit Zuversicht auf ihre Auslandsaktivitäten. Andererseits gab es auch deshalb so viele Beratungen wie seit Jahren nicht, weil die Unternehmen „mit immer mehr Anforderungen, Regulierungen und Hemmnissen im internationalen Handel zu kämpfen“

haben, wie es im DIHK-Außenwirtschaftsreport heißt.

## IHKs: starke Partner im Auslandsgeschäft

Diesen Kampf kämpfen sie nicht allein: Bundesweit haben die Unternehmen in ihrer jeweiligen IHK einen starken Partner im Auslandsgeschäft an der Seite – im nördlichen Rheinland-Pfalz mit der IHK Koblenz. Wie alle IHKs unterstützt sie ihre Mitgliedsunternehmen im internationalen Geschäft mit Bescheinigungs- und Beratungsdienstleistungen. Grundlegende Fragen beantwortet das Team International zu allen wichtigen Märkten, vertiefte Beratung und mehrere jährliche

Fachveranstaltungen gibt es bei der IHK zu den USA, Russland und Australien.

„Wir bieten zum Beispiel regelmäßige USA-Beratungstage oder Seminare zum US-Steuerrecht“, erklärt Andrea Wedig, Referentin International bei der IHK Koblenz. Sie ist verantwortlich für das Kompetenzzentrum USA und leitet den Arbeitskreis Zoll. „In diesem Netzwerk tauschen sich Zoll- und Außenhandelsexperten mittelständischer Unternehmen aus und unterstützen sich gegenseitig“, sagt Wedig, „und zugleich erhält die IHK dort wertvolle Impulse für ihre Arbeit.“

Die Mittelrheinische Metallgießerei Heinrich Beyer GmbH & Co. KG aus Andernach nutzt regelmäßig die

1,9 Mio.

2,29 Mrd.

Die IHKs haben 2017 1,9 Mio. Außenwirtschaftsbescheinigungen ausgestellt, davon mehr als 27.200 Carnets im Gesamtwert von von 2,29 Milliarden Euro.

Mehr als 77.200 Wirtschaftsvertreter nahmen an rund 3.100 IHK-Außenwirtschaftsveranstaltungen teil

3.100

414.000

414.000 Anfragen zum Thema Zoll- und Außenwirtschaftsrecht haben die IHKs 2017 bearbeitet

## Besonders gefragt: Beratung zu ...

### ... USA

2017 belegten die Vereinigten Staaten beim Beratungsbedarf der Unternehmen den Spitzenplatz. Dabei wurden traditionelle Beratungsthemen wie etwa Firmengründung, Steuerrecht oder Haftungsfragen von Fragen zur aktuellen Handelspolitik in den Schatten gestellt – Tophthema waren natürlich die US-Strafzölle auf Stahl- und Aluminiumzufuhren. Dazu kommt der Handelskonflikt der USA mit China. In einer unübersichtlichen Gemengelage unterstützen die IHKs ihre Mitgliedsbetriebe dabei, herauszufinden, ob deren Waren von den Maßnahmen der USA, der EU oder Chinas betroffen sind und welche Möglichkeiten bestehen, gegebenenfalls Ausnahmen von Strafzöllen zu beantragen.

### ... Iran

Im August 2018 ist ein erster Teil der unter dem Nuklearabkommen zwischenzeitlich ausgesetzten Sanktionen der USA gegen den Iran wieder in Kraft getreten. Zeitgleich hatte die EU ihre Verordnung zum Schutz vor den Auswirkungen extraterritorial wirkender Sanktionen von Drittländern (sogenanntes „Blocking Statute“) neu gefasst. Deshalb verwundert es nicht, dass bundesweit 40 IHKs das Irangeschäft als eines der drei wichtigsten Beratungsthemen in den ersten sechs Monaten des Jahres 2018 nannten.



FOTO:MITTLERHEINISCHE METALLGIEßEREI HEINRICH BEYER GMBH & CO. KG

Bei der Mittelrheinischen Metallgießerei sind Im- und Export Tagesgeschäft.

außenwirtschaftlichen Dienstleistungen ihrer IHK. Das 1928 gegründete Unternehmen mit 200 Beschäftigten produziert NE-Metalle im Strang- und Schleudergussverfahren und handelt mit NE-Metallhalbzeugen. Hauptabnehmer sind der Maschinen-, Anlagen- und Schiffsbau. Rund ein Siebtel der gefertigten und gehandelten Produkte gehen ins Ausland, vor allem in die EU, aber auch in Drittstaaten. „Wir nutzen den IHK-Service nicht nur für elektronische Ursprungszeugnisse, sondern halten uns auch bei Spezial-Workshops und

Infoveranstaltungen auf dem Laufenden“, berichtet Maureen Kohns, Versandleiterin und Zollbeauftragte des Unternehmens. Außerdem engagiert sie sich persönlich seit vielen Jahren im Arbeitskreis Zoll der IHK Koblenz. „Wir sind zudem dankbar, dass sich die IHK regelmäßig öffentlich zu Themen des Außenhandels zu Wort meldet und Stellungnahmen etwa zu Strafzöllen und anderen aktuellen Problemen des Welt Handels abgibt“, ergänzt Exportleiter Stefan Klein. „Sie bündelt die Stimmen der einzelnen Unternehmen und

verschafft ihnen auf Landes- und Bundesebene Gehör.“

*Lothar Schmitz*

**Mehr Informationen finden Sie auf [www.ihk-koblenz.de/aussenwirtschaftsreport](http://www.ihk-koblenz.de/aussenwirtschaftsreport) oder bei unserer Ansprechpartnerin**

**Kontakt:**

Andrea Wedig  
0261 106-180

wedig@koblenz.ihk.de



## ... Vereinigtes Königreich

Am 30. März 2019 verlässt Großbritannien die EU. Fest steht: Der Brexit wird in vielen Bereichen gravierende Auswirkungen auf die betriebliche Praxis haben. Das gilt insbesondere für den gegenseitigen Warenverkehr. Künftig werden Zollanmeldungen und Zollabfertigungen erforderlich – ab dem 30. März 2019, spätestens jedoch nach Ablauf einer möglichen Übergangsphase bis Ende 2020. Seit dem Referendum über den Austritt Großbritanniens aus der EU haben DIHK und IHKs in ganz Deutschland bereits mehr als 120 Veranstaltungen zum Brexit durchgeführt. IHK-Experten beraten Unternehmen beispielsweise im Hinblick auf anwendbare Zollverfahren oder zu Fragen der Umsatzbesteuerung bei gegenseitigen Liefergeschäften. Die digitale Checkliste „Are you ready for Brexit?“ ([www.ihk-koblenz.de/brexit](http://www.ihk-koblenz.de/brexit)) unterstützt Betriebe bei der Vorbereitung.

## ... Schweiz

Die Schweiz nimmt erneut einen festen Platz bei den IHK-Beratungen ein. Neben den traditionellen Carnet- und Zollfragen hat insbesondere die am 1. Januar 2018 in Kraft getretene Änderung des schweizerischen Mehrwertsteuerrechts für einen Beratungsanstieg bei den IHKs gesorgt. Bislang konnten ausländische Unternehmen in der Schweiz einen Umsatz von bis zu 100.000 CHF erzielen, ohne mehrwertsteuerpflichtig zu werden. Künftig sind jedoch die weltweiten Umsätze ausschlaggebend. Das bedeutet: Ausländische Unternehmen, die einen Umsatz im Inland und Ausland von mehr als 100.000 CHF im Jahr erzielen und gleichzeitig Umsätze in der Schweiz tätigen, sind seit Jahresbeginn in der Schweiz mehrwertsteuerpflichtig.

## Überprüfter Sachverständiger

Sachverständiger kann jeder werden. Der Begriff ist in Deutschland nicht geschützt. Man könnte also hingehen, sich als Sachverständiger für Schäden an Gebäuden selbstständig machen und mit etwas Kapital und guter Werbung ein erfolgreiches Geschäft starten. Allein: Die Qualität der angebotenen Leistung ist dabei nie überprüft worden.

Anders ist das bei „öffentlich bestellten und vereidigten (öbuv)“ Sachverständigen. Diese werden von der jeweils zuständigen öffentlich-rechtlichen Institution – etwa der Industrie- und Handelskammer – überprüft. Konkret und im Detail bedeutet das, dass der Sachverständige besondere Sachkunde, Unabhängigkeit, Unparteilichkeit und Vertrauenswürdigkeit vor einem Fachgremium nachgewiesen hat. „Mit Sicherheit gibt es auch sehr fähige und seriöse Sachverständige, die nicht öffentlich bestellt und vereidigt sind“, sagt Monica Denker, Zuständige für das Sachverständigenwesen bei der IHK Koblenz. „Aber wie vermag ein Laie die Qualität zu beurteilen? Bei einem ‚öbuv‘ wurde die Leistung überprüft. Das ist für den Sachverständigen auf der einen Seite eine Prestigefrage und für den Verbraucher auf der anderen Seite ein Indikator für eine qualifizierte Dienstleistung.“

Dennoch stellen nur wenige Sachverständige einen Antrag auf öffentliche Bestellung und Vereidigung, was zur Folge hat, dass in gewissen Bereichen ein regelrechter Mangel herrscht. Die gute Auftragslage macht es für viele Sachverständige gar nicht notwendig, den recht aufwändigen Prozess zu durchlaufen – andere, die daran interessiert sind, scheitern an den hohen Anforderungen, die fachliche und menschliche Qualifikationen abfragen. „Und schließlich darf man nicht vergessen“, so Denker, „dass der gesamte Vorgang für den Sachverständigen auch erst einmal mit Kosten verbunden ist. Beim Überprüfungsverfahren und gegebenenfalls noch anfallenden Kosten für Seminare kommen schon mal schnell 2.000 bis 3.000 Euro zusammen.“ Auf lange Sicht ist die Arbeit als öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger – je nach Sachgebiet – aber durchaus lohnenswert. Das liegt auch darin begründet, dass für den Fall, dass ein Sachverständiger für eine Gerichtsverhandlung gebraucht wird, die Gerichte bei der zuständigen Institution – etwa der IHK – anfragen und die IHK den Sachverständigen aus dem Sachverständigenverzeichnis der öffentlich bestellten und vereidigten Sachverständigen auswählt. Für den Bezirk der IHK



Koblenz umfasst das Verzeichnis derzeit rund 182 Personen für Themengebiete wie Edelsteine, Schäden an Gebäuden und Tief- und Straßenbau.

### Digitalisierung durch qualifizierte Signaturkarte

Die Arbeitsabläufe bei der Zusammenarbeit mit Gerichten werden aktuell digitalisiert und somit deutlich vereinfacht und beschleunigt: Mit einer sogenannten qualifizierten Signaturkarte für öbuv, die mit Hilfe eines Kartenlesegeräts an ein mobiles Endgerät angeschlossen wird, können Sachverständige zukünftig im elektronischen Rechtsverkehr Dokumente wie zum Beispiel ihre Gutachten signieren und somit den bisher üblichen „Rundstempel“ in haptischer Form ersetzen. „Damit entfällt für den Sachverständigen viel Papierkram, denn die Akten für einen Fall nehmen schnell mal unübersichtliche Ausmaße an“, so Denker. Und künftig soll die elektronische Aktenführung einen weiteren Vorteil bieten: Alle Beteiligten sollen dann gleichzeitig auf die Akte zugreifen können und müssen nicht mehr abwarten, bis die Bearbeitung durch einen anderen abgeschlossen ist. Das wird den Prozess deutlich beschleunigen.

**Mehr Infos zum Thema allgemein und zur Signaturkarte auf [ihk-koblenz.de/sachverstaendige](http://ihk-koblenz.de/sachverstaendige) und bei unserer Ansprechpartnerin**

*Die Signaturkarte soll den bisher üblichen „Rundstempel“ ablösen.*



FOTO: DANIEL KLAGES-SAXLER

#### Kontakt:

Monica Denker

0261 106-254

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



Zur Sache

## Breitband und Digitalisierung für alle: Frommer Wunsch oder absehbare Realität?

Breitband und Digitalisierung – alle reden davon, alle haben eine Meinung und alle fordern eine deutliche Verbesserung der bestehenden Strukturen. Auch die Politik stimmt munter in den Kanon ein. In Bund, Land und Kommunen ist man sich einig: Gemeinsam anpacken und vorantreiben scheint allseits das Motto. Spätestens jetzt sollten wir hellhörig werden!

Um was geht es wirklich? Schauen wir uns das Thema einmal an. Historiker fassen wirtschaftliche Entwicklungen immer gerne in Phasen zusammen: Am Anfang war die Industrialisierung, dann kam die Elektrifizierung und anschließend die Automatisierung. Und heute spricht alle Welt über die Digitalisierung. Aber können wir diese Phase bereits jetzt exakt klassifizieren? Nein, sicherlich nicht. Wir können allerdings bereits sagen, dass Gigabit die Zukunft ist, egal ob flächendeckend als Netz mit Glasfaser oder auch per Funk über den neuen Mobilfunkstandard 5G – beides, Stand heute, High-Level-Technologien.

Und wie erreichen wir eine solche Gigabit-Zukunft? Genügt es, wenn die Politik den Rahmen schafft? Nun, es ist zumindest schön zu sehen, dass sich die parlamentarischen Akteure Mühe geben. Kanzleramtschef Helge Braun hat erst kürzlich den Plan der großen Koalition untermauert, spätestens 2025 das Recht auf schnelles Internet gesetzlich zu verankern. Und gerne verspricht man für die kommenden Jahre eine Netzabdeckung von 98 Prozent. Vergessen werden darf dabei freilich nicht, dass Deutschland nicht nur aus Hamburg, München, Berlin und Köln besteht. Es gibt auch noch Flächenländer wie Rheinland-Pfalz, die oftmals dünn besiedelt sind und trotzdem mittendrin statt nur dabei sein wollen. Auch in

Katzenelnbogen, Maxsain und Bell müssen Breitband und Glasfaser eine Selbstverständlichkeit sein. Aber noch einmal: Reicht das Bekenntnis aus, kann Politik allein die Entwicklung herbeiführen? Nein. Hier sind auch Wirtschaft, Kommunen und Gesellschaft gefragt. Extrakosten für Hausanschlüsse, hier und da höhere Kosten werden sicherlich – im ersten Schritt – nicht vermeidbar sein.

Aber, das sollte allen Beteiligten klar sein: Jedem nachhaltigen Geschäftserfolg geht ein Invest voraus. In diesem Fall reden wir über die Anschlussgebühr, und das sollte nun wirklich verkraftbar sein. An den verschiedensten Klagen von „Totalverweigerern“ darf dieser Ausbau nicht scheitern.

Zurück zur Ausgangslage. Digitalisierung: Warum ist sie wichtig, warum brauchen wir sie? Weil wir schneller Schuhe im Internet bestellen wollen, weil wir besser Filme streamen wollen? Nein! Wir brauchen sie, weil Digitalisierung die

zentrale Basis für unsere Wirtschaft und, ganz allgemein, für unser Leben und unser Gemeinwohl in den nächsten 20 bis 50 Jahren ist. Denn: Erfolgreiche Unternehmen werden künftig verstärkt Datenpakete uploaden müssen, erfolgreiches autonomes Fahren braucht Digitalisierung, eine Online-Sprechstunde mit dem Hausarzt braucht Digitalisierung und so fort. Also sollten wir die Zähne zusammenbeißen und gemeinsam für die Zukunft eintreten.

Machen Sie mit, denken Sie um. The future is everyone's – wenn alle Akteure verstehen, dass es ohne Investitionen (und sei es für 25 Meter Glasfaserkabel) nicht geht.

### Kontakt:

Dr. Holger Bentz

0261 106-251

bentz@koblenz.ihk.de

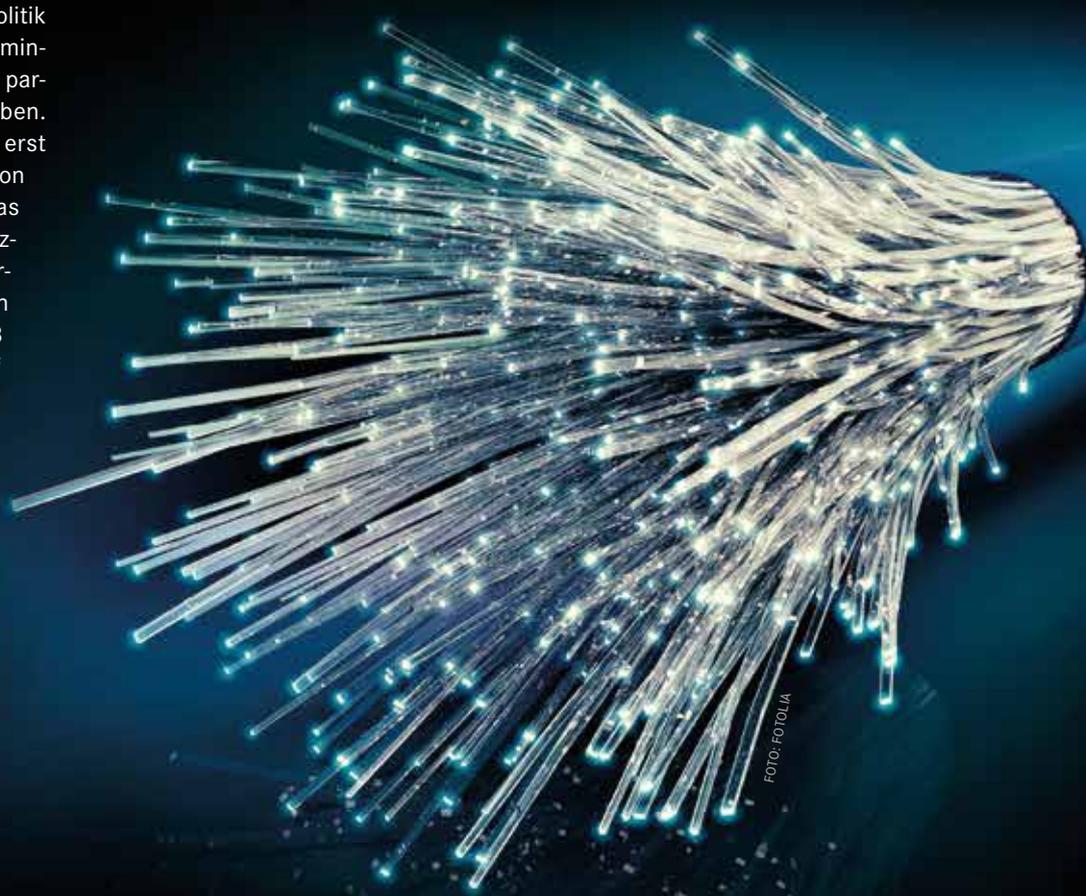


FOTO: FOTOLIA

*Hingehört*

## Verkehrsinfrastruktur:

### Wie bewerten Sie das Straßenbauprogramm des Landes?

Insgesamt 250 Millionen Euro will Rheinland-Pfalz in den kommenden beiden Jahren in seine Landesstraßen investieren – und damit 426 verschiedene Projekte vorantreiben. Das gab die Landesregierung kürzlich bekannt. Wie bewertet die regionale Wirtschaft diese Pläne? Wir haben zwei Spediteure gefragt.



**JOACHIM ALTMANN,**  
SPEDITIONSLEITER GEBR. SCHRÖDER GMBH & CO. KG,  
EBERNHAUN

„Bislang wurde der Straßenbau in Rheinland-Pfalz stiefmütterlich behandelt, es galt stets „Erhalt vor Neubau“. Kein Wunder, dass die Verkehrsinfrastruktur in schlechtem Zustand ist. 2017 kulminierte die Situation, als zugewiesene Bundesmittel nicht abgerufen wurden. Umso selbstverständlicher muss es nun sein, Verkehrsprojekte in Zeiten sprudelnder Steuereinnahmen umzusetzen. Der Zahl von 426 Projekten, die das Ministerium für 2019 und 2020 nennt, stehe ich jedoch kritisch gegenüber: Weil es an den Kapazitäten nicht nur für die Planung, sondern auch für die Umsetzung mangelt, scheint mir dieses Ziel utopisch. Vor dem Hintergrund kann ich die Ankündigung des Wirtschaftsministeriums nicht als innovativen Plan einstufen, sondern sage: Es ist die Pflicht der Landespolitik, dieses Thema endlich anzugehen – und den Menschen zu erklären, wie die Umsetzung so vieler Projekte gelingen soll.“



**WILLI SCHEIDWEILER,**  
GESCHÄFTSFÜHRER W. SCHEIDWEILER GMBH,  
BENDORF

„In Rheinland-Pfalz gibt es zahlreiche Straßen, die in schlechtem Zustand sind. Dabei handelt es sich nicht unbedingt um Bundesstraßen – die werden oft schon erneuert, bevor es überhaupt nötig ist –, sondern in erster Linie um Landstraßen und Kreisstraßen. Teils sind diese Straßen mit Schlaglöchern von zehn Zentimetern Tiefe gespickt. Ein weiteres Problem im Bereich Verkehrsinfrastruktur ist die Parkplatzsituation, beispielsweise an der A 3 oder der A 61: Nicht nur meine LKW-Fahrer leiden darunter, dass sie dort keine Stellplätze für ihre Pausen finden. Und wo wir bei den Autobahnen sind – auch der Ausbau der A 61 zwischen Köln und Trier müsste dringend vorangetrieben werden. Dass die Landesregierung in den kommenden Jahren 250 Millionen Euro in die Verkehrsinfrastruktur investieren will, ist deshalb eine gute Nachricht. Es bleibt zu hoffen, dass das Geld an den richtigen Stellen eingesetzt wird.“

# WIRTSCHAFT IN DER REGION



FOTO: SASCHA DITSCHER

## GEWINNER DER AZUBI-CHAMPIONS 2018 KOMMEN AUS KOBLENZ – TERMIN FÜR 2019 STEHT FEST

200 Azubis, 30 Betriebe, ein Sieger: Die Premiere der „Azubi-Champions“ im Stadion Oberwerth war ein voller Erfolg. Vor allem für das Team „The Avengers“ von Mercedes-Benz Nutzfahrzeuge aus Koblenz: Dennis Shalja, Frederic Müller, Jonas Kemp, Philipp Sedda und Rebecca Vanessa Otto standen nach Abschluss der vielseitigen Disziplinen ganz oben auf dem Treppchen. „Wir wussten zwischenzeitlich gar nicht, wo wir stehen“, sagt Philipp bei der Pokalübergabe durch die Präsidentin des Sportbundes Rheinland, Monika Sauer, und Louisa Krekel, Team Fachkräftesicherung der IHK Koblenz. „Wir haben uns immer wieder gegenseitig motiviert, alles zu geben – egal, was dabei rauskommt“, ergänzt Teamcaptain Jonas. „Als es dann am Ende Platz eins wurde, dachte ich zunächst, da hat sich jemand verrechnet.“

Joachim Noll, technischer Ausbilder bei Mercedes-Benz Nutzfahrzeuge, sieht in dem Erfolg bei den Azubi-Champions auch eine Bestätigung der Betriebsphilosophie: „Wir fühlen uns durch den Gewinn in unserer Vorgehensweise bestätigt. Teambildung und kognitive Fähigkeiten schulen wir bei unseren Mitarbeitern gezielt durch Lehrgänge und Programme.“ Eigenschaften, die für Sauer auch im Arbeitsalltag wichtig sind: „Beim Sport und im

Berufsleben geht's nicht nur ums Gewinnen, sondern auch darum, dass man sich an Absprachen hält und im Team gut zusammenarbeitet.“

Ob „The Avengers“ im nächsten Jahr antreten werden, um den Titel zu verteidigen, steht bislang nicht fest: „Wir wissen noch nicht, ob wir selbst nochmal dabei sind – vermutlich überlassen wir eher anderen Kolleginnen und Kollegen unseren Platz“, sagt Philipp. So oder so, mit mindestens einem Team will Mercedes-Benz Nutzfahrzeuge 2019 wieder dabei sein. „Dann bestimmt auch mit eigenen Trikots“, verspricht die kaufmännische Ausbilderin Veronika Wyrwich, die auch in diesem Jahr schon maßgeblichen Anteil daran hatte, dass man beim Nutzfahrzeugvertrieb überhaupt ein Team entsandte.

**Der Termin für die Azubi-Champions 2019 ist der 6. September. Weitere Infos und Anmeldung auf [www.ihk-koblenz.de/azubichampions](http://www.ihk-koblenz.de/azubichampions) und bei unserer Ansprechpartnerin**

**Kontakt:**

Louisa Krekel  
0261 106-288  
[krekel@koblenz.ihk.de](mailto:krekel@koblenz.ihk.de)



## VIER EHEMALIGE AZUBIS AUS DEM BEZIRK DER IHK KOBLENZ VOR EHRUNG IN BERLIN

Vier ehemalige Auszubildende aus dem Bezirk der IHK Koblenz werden bei der Bundesbestenehrung in Berlin erneut ausgezeichnet:

Sandra Becker (Stadtverwaltung Koblenz), Nina Valleria Kunz (Herbert Stephan, Frauenberg), Johanna Nguyen (Bäckerei Höfer, Koblenz) und Lars Rummelig (Metallguß Schiefelbusch, Stahlhofen [Wiesensee]).

Zuvor waren die jungen Fachkräfte bereits in der Rhein-Mosel-Halle im Rahmen der Bestenehrung der IHK Koblenz für herausragende Leistungen bei ihren Abschlussprüfungen geehrt worden. Bei der Bundesbestenehrung werden die Top-Absolventen aus ganz Deutschland gewürdigt.

**Kontakt:**

Manuela Heilf  
0261 106-309  
[heilf@koblenz.ihk.de](mailto:heilf@koblenz.ihk.de)

## AN DIE ENTWICKLUNG ANGEPASST



Im Kreativbüro von Form und Raum entstehen die Entwürfe für die Messestände. Produktionsleiter Tobias Duhme (2. von rechts) bespricht mit seinen Kollegen Details für die Umsetzung.

Teppich verlegen, Licht- und Medientechnik verkabeln, Grafiken spannen, Bühnen bauen, Möbel liefern: Messebau ist heute ein komplexes Geschäft. Ein Geschäft, mit dem sich die Form und Raum GmbH auskennt. Rund 200 Projekte im Jahr realisiert das

Grafschafter Unternehmen. Dabei bestand der Betrieb vor 40 Jahren noch aus zwei Architekten mit einer Schreinerei in der Garage. Die Geschichte von Form und Raum zeigt, wie sich die Branche verändert hat – und wie es einem Unternehmen gelang, sich an die Entwicklung anzupassen.

Als die Architekten Wolfgang Macku und Siegbert Thelen Form und Raum 1978 gründeten, stand die Messebranche vor einem Boom. In den 80ern positionierte sich das Unternehmen mit einem Messebausystem, deren Alleinvertrieb die Metallbaufirma Wanzl Form und Raum überließ, erfolgreich am Markt. „Mit diesem System konnte man Messestände ganz flexibel und in Serie bauen. Das war damals ein neuer Ansatz“, erzählt Form und Raum-Geschäftsführer Peter Mauelshagen. Auf die goldenen 80er folgten allerdings die rauen 90er-Jahre, ein harter Verdrängungskampf prägte den Markt. Um bestehen zu können, lagerte Form und Raum Fertigung und Montage aus und nahm zugleich den Ausbau des Geschäftsbereichs Ladenbau in Angriff. 2004 dann teilte sich das Unternehmen: Wanzl übernahm den Zweig Ladenbau und Mauelshagen, damaliger Leiter Messebau, erwarb den ursprünglichen Geschäftszweig. „Zu diesem Zeitpunkt hatten wir 14 Mitarbeiter und wollten uns neu ausrichten“, erzählt Mauelshagen. „Wir fragten uns:

Welche Kunden können wir mit unseren Kapazitäten und unserem Know-how am besten bedienen? Die Antwort war klar: größere Mittelständler, Hidden Champions aller Branchen.“

Heute umfasst die Belegschaft von Form und Raum über 40 Mitarbeiter, der jährliche Umsatz liegt bei sieben Millionen Euro. Seit 2012 gehört wieder eine eigene Schreinerei zum Unternehmen – dort werden Sonderexponate hergestellt. 2015 kam zudem eine Werkstatt für Werbetechnik, Neon Hiepler, als Unternehmenstochter dazu. „So aufgestellt, können wir besonders flexibel auf Kundenwünsche reagieren“, erklärt der Geschäftsführer, „und das weltweit.“ 25 Prozent des Umsatzes werden mit deutschen Kunden im Ausland erzielt.

Weil der Unternehmer weiß, wie fordernd das Messegeschäft sein kann, versucht man bei Form und Raum, den Mitarbeitern einen Ausgleich zu bieten. „In der Hochsaison geht es natürlich trubelig zu und es steht auch mal Wochenendarbeit an, keine Frage. Aber wir achten darauf, dass unsere Mitarbeiter entsprechende Auszeiten nehmen können. Auch Home Office und familiengerechte Arbeitsplätze sind bei uns Thema“, sagt Mauelshagen. Genau wie die Umwelt: „Leider ist unsere Branche sehr abfallintensiv. Bei unserem Neubau in Grafschaft 2008 haben wir deshalb überlegt, ob wir Abhilfe schaffen könnten. Unsere Lösung: Wir verarbeiten Holzreste zu Pellets und heizen damit unsere drei Gebäude.“ Es bleibt sogar noch Wärme übrig, sodass auch das Nachbarunternehmen beliefert werden kann.

In die Zukunft schaut der Geschäftsführer, dessen Unternehmen so viel Wandel erlebt hat, mit Zuversicht. „Ein großes Thema der letzten Jahre ist die Digitalisierung. Auch wir bieten unseren Kunden immer mehr multimediale Technik, in der ich eher eine Ergänzung unseres Portfolios als eine Gefahr für unsere Branche sehe.“ Denn für Mauelshagen steht fest: „Auch in Zukunft wollen Menschen nicht auf den Face-to-Face-Kontakt verzichten, den ein Messestand bietet.“

### JUBILARE IM NOVEMBER

#### 25 Jahre

AMS Autoteile GmbH, Sinzig

#### 10 Jahre

Frank Göbel, Grafschaft

mbs-Lichtblick Ltd. & Co. KG,  
Bad Neuenahr-Ahrweiler

Projektentwicklung Rhein-Ahr GmbH,  
Grafschaft

Selahattin Kavakli, Bad Breisig

Stefano Pesci, Brohl-Lützing

### JUBILARE IM DEZEMBER

#### 10 Jahre

Köllemann GmbH, Adenau

Reifferscheid Veranstaltungs- und  
Dienstleistungsservice UG  
(haftungsbeschränkt), Brohl-Lützing

Thorsten Wilhelmi „Sonnen- und  
Kosmetikstudio“, Niederzissen

#### Kontakt:

Dr. Bernd Greulich  
02641 99074-13

greulich@koblenz.ihk.de

www.ihk-koblenz.de/ahrweiler



## LICHT UND LEUCHTEN

Das hätte sich Thomas Alva Edison kaum träumen lassen, als er vor rund 120 Jahren die Glühbirne erfand: Das Licht zum Mitnehmen erobert den Markt. Dabei geht es nicht um die traditionelle Taschenlampe oder Baustellenleuchte. Trend sind kabellose, akkubetriebene LED-Leuchten für den Innen- und Außenbereich, die Nutzern eine nie da gewesene Freiheit verschaffen – Steh- und Tischleuchten, die sich vom Bürotisch zum Fernseh- oder Lesesessel, auf den Balkon oder in den Garten mitnehmen lassen. „Das Licht folgt dem Nutzer. Damit haben wir eine Lösung für Probleme, die viele Kunden noch gar nicht erkannt haben“, sagt Alexander Trapp, Geschäftsführer des gleichnamigen Traditionsunternehmens in Daaden.

Auf 2.000 Quadratmetern Verkaufsfläche am Daadener Stammsitz – daneben gibt es noch das Lichtzentrum in Siegen mit weiteren rund 250 Quadratmetern – findet sich eine Vielfalt an Leuchten und Leuchtmitteln für Wohnräume, Büros, Haus und Garten. Regelmäßig wechseln die Ausstellungszenarien. Mindestens 15.000 Produkte sind jederzeit verfügbar: Steh-, Pendel- und Tischleuchten, Wand- oder Deckenleuchten von etablierten Herstellern in großer Zahl versetzen das Familienunternehmen in die Lage, auch kurzfristig Kundenwünsche zu bedienen – bei Bedarf ausgeliefert mit dem eigenen Lieferservice. Dass ausgewählte Möbel und Wohnaccessoires mittlerweile zum Sortiment gehören, ist nur folgerichtig: Wie beispielsweise eine Leuchte über einem Esstisch oder in einer Sitzecke wirke, so Alexander Trapp, lasse sich in realer Umgebung am besten beurteilen.

Das von seinem Vater Hans-Robert Trapp 1975 gegründete Unternehmen gilt weit

über die Grenzen von Westerwald und dem angrenzenden Siegerland hinaus als Top-Adresse für Licht und Leuchten. Dass Kunden beispielsweise aus dem Rhein-Main-Gebiet oder dem Sauerland anreisen, ist keine Seltenheit. Sie schätzen nicht nur die Produktvielfalt, sondern insbesondere die Beratung und den Service durch ein Team von insgesamt 27 Beschäftigten. Das Stichwort lautet Lichtplanung. „Mit Licht lassen sich Räume kreativ gestalten und Perspektiven verändern“, sagt Trapp. So schaffe man Atmosphäre und Lebensqualität.

Die umfassende Kompetenz in Sachen Planung und Beratung schätzen auch Geschäftskunden: Trapp erarbeitet beispielsweise Lichtkonzepte für den Einzelhandel, Praxen, Dienstleister und

Fertighausproduzenten, ist mit Kommunen und Kirchengemeinden im Geschäft, beleuchtet Kindertagesstätten und Kirchenräume. „Dabei arbeiten wir auch eng mit den jeweiligen Architekten zusammen, um die optimale Kombination aus Architektur, Einrichtung und Lichtverhältnissen zu finden.“

*Andreas Schultheis*

### Kontakt:

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



FOTO: TRAPP LEUCHTEN

„Das Licht folgt heutzutage dem Nutzer“, sagt Alexander Trapp (Mitte), Geschäftsführer von Trapp Leuchten aus Daaden.



„Die Region Westerwald-Sieg ist jetzt dran. Das Land hat den Fokus der Planungen auf die Projekte Kircheib, Hasselbach, Weyerbuch und Helmenzen entlang der B8 gelegt“, so Verkehrsminister Volker Wissing (Mitte rechts) jüngst bei Verkehrsgesprächen in Altenkirchen.

## JUBILARE IM NOVEMBER

### 25 Jahre

Ursula Weitz, Hövels

## JUBILARE IM DEZEMBER

### 10 Jahre

BHKW Greentechonology GmbH, Nauroth

Bischoff-Touristik Beteiligungs GmbH,  
Fiersbach

ZiDaS GmbH, Forst



Familienbetrieb im wahrsten Sinne des Wortes: Auch die Söhne von Geschäftsführer Andreas Seydell und seiner Frau Sybille, Dominik (links) und Sebastian, arbeiten bei CDEuM.

## PRODUKTENTWICKLUNG FÜR EINE BRANCHE IM WANDEL

Wenn von einem „familiären Betriebsklima“ die Rede ist, denken viele an ein kleines Unternehmen, in dem der Chef oder die Chefin jeden mit Namen kennt und per Handschlag begrüßt, in dem es überschaubar zugeht. Das trifft auch auf die Firma CDEuM in Langenlonsheim bei Bad Kreuznach mit ihrem ein Dutzend Beschäftigten zu. Wenn Andreas Seydell von „familiärem Betriebsklima“ spricht, meint er aber noch etwas anderes: Ein Drittel der Belegschaft ist Familie!

Der Maschinenbauingenieur gründete 1993 die computer - design - engineering & modeling e. K., kurz: CDEuM, und führt bis heute die Geschäfte. Seine Frau Sybille ist Prokuristin und leitet die Bereiche Finanzen und Buchhaltung. Sohn Sebastian, Wirtschaftsingenieur und 1984 geboren, leitet die Entwicklung und hat ebenfalls Prokura. Und auch der vier Jahre jüngere Sohn Dominik ist im Unternehmen. Der technische Produktdesigner lernte im väterlichen Betrieb und beschäftigt sich mit Konstruktion und Modellbau.

Bei so viel Familie könnte die Atmosphäre manchmal auch alles andere als familiär sein. „Stimmt, doch hier ist es anders“, sagt

Andreas Seydell. „Es ist ein großer schöner Zufall: Zwischen uns läuft es rund!“

Das ist gut, denn CDEuM hat sich ganz auf großvolumige Kunststoffteile für den Automobilbau spezialisiert und ist damit als Produktentwickler für eine Branche tätig, die gerade einen massiven Umbruch erlebt. „Das Geschäft ist schwieriger geworden, es herrscht starker Kostendruck“, erklärt Seydell. Viele Modelle würden derzeit zweimal entwickelt – mit Verbrennungsmotor und mit alternativem Antrieb. Das führe zu Kostendruck bei den Zulieferern. Seydell ist froh, dass er nichts mit Verbrennungsmotoren zu tun hat. „Die Teile, die wir entwerfen, etwa Rückspiegelgehäuse, Stoßfänger oder Schalter, werden auch in Elektroautos benötigt“, sagt er. Die neueste Entwicklung aus dem Hause CDEuM: Head-up-Displays. „So nennt man es, wenn die Tacho-Anzeige und andere Informationen auf die Windschutzscheibe projiziert werden“, erklärt der Ingenieur.

Mit Innovationen wie diesen ist sein Unternehmen fest im Geschäft mit den großen Zulieferern der Automobilhersteller. In geringem Umfang produziert CDEuM auch selbst – die Firma hat sich als Lieferant für Kleinserien, etwa hochwertige Taster und

Schalter, einen Namen gemacht. Mercedes-AMG etwa setzt auf solche Produkte. Andreas Seydell und sein Team tun alles dafür, um sich bei den Kunden unverzichtbar zu machen. Seine Devise: vorausschauend handeln. Das gilt auch für die eigene Person. „Wir haben in der Familie schon früh über das Thema Nachfolge gesprochen“, sagt der 60-Jährige. Sein älterer Sohn soll – und möchte – das Unternehmen weiterführen, wenn der Vater einmal aufhört. Schon jetzt bereiten die beiden sich systematisch darauf vor. „Damit eine Nachfolge gelingt, sind Zeit und Geduld wichtig“, weiß Andreas Seydell. Er möchte seinem Sohn genug Zeit geben, in die Aufgaben und Verantwortung des Unternehmers hineinzuwachsen.

Auch das macht die besondere familiäre Atmosphäre bei CDEuM aus.

*Lothar Schmitz*

### Kontakt:

Jörg Lenger  
0671 84321-12  
lenger@koblenz.ihk.de  
www.ihk-koblenz.de/  
badkreuznach



## JUBILARE IM NOVEMBER

### 25 Jahre

Guido Wolf, Windesheim

### 10 Jahre

CarCenter Autohaus Bad Kreuznach GmbH, Bad Kreuznach

Schneider International Holding GmbH, Bad Kreuznach

## JUBILARE IM DEZEMBER

### 25 Jahre

Bernd Reichard „Bistro Käuzchen“, Bad Kreuznach

Kiefer Mietmöbel Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Langenlonsheim

### 10 Jahre

Hans Rudolf Feldmann, Langenlonsheim

Kontor Specht GmbH - Ihr Makler für Versicherungen und Finanzen, Feilbingert

LLD Jürgen Fickert GmbH, Kirn

SCHNEIDER-man GmbH Außenanlagen, Garten- und Landschaftsbau, Merxheim

## „NUTZEN SIE UNS ALS ANLAUFSTELLE!“

Jonas Klein hat zum 1. Oktober die Position des IHK-Regionalgeschäftsführers für den Landkreis Birkenfeld übernommen. Der 34-jährige Familienvater war bereits bei der IHK München tätig und betreute zuletzt beim Amt für Wirtschaftsförderung in Saarbrücken Themen rund um Europa. Im Interview spricht er über seine Motivation, seine Ziele und seinen Blick auf die Region.

### Herr Klein, warum haben Sie sich für die Position als IHK-Regionalgeschäftsführer entschieden?

Aus meiner Zeit bei der IHK München und in der Geschäftsstelle Ingolstadt kenne und schätze ich die Arbeit in der IHK-Landschaft und in einer Regionalgeschäftsstelle. Außerdem habe ich schon in meiner Kindheit viel Zeit in der Region Birkenfeld verbracht und fühle mich dem Landkreis deshalb auch persönlich verbunden. Die Schmuck- und Edelsteinbranche, die von so großer Bedeutung für diese Gegend ist, hat mich schon

damals fasziniert. Heute beeindruckt mich daran vor allem, welche Warenwerte hinter diesen kleinen Gütern stecken – und wie international die Branche aufgestellt ist. Diese weltweite Vernetzung der Wirtschaft im Landkreis, die sich ja beispielsweise auch an der Ansiedlung chinesischer Unternehmer zeigt, macht den Landkreis aus meiner Sicht besonders spannend, denn ich habe Außenwirtschaft studiert. Während meiner Zeit bei der IHK München war ich unter anderem als Exportberater tätig.

### Welche Erfahrungen Ihrer bisherigen beruflichen Laufbahn haben Sie besonders geprägt?

Ein beruflicher Grundstein, der mir auf jeden Fall bei allen weiteren Tätigkeiten geholfen hat, war meine Berufsausbildung zum Bankkaufmann bei einer Kreissparkasse. Durch diese Ausbildung konnte ich mir ein gewisses Verständnis für unternehmerische Herausforderungen aneignen, habe mir angewöhnt, Dinge aus Unternehmer-sicht zu betrachten. Sehr prägend war natürlich auch meine intensive Auseinandersetzung mit Außenwirtschaftsthemen. Und was ich während meiner Zeit in der Geschäftsstelle in Ingolstadt, aber auch bei meiner Tätigkeit beim Amt für Wirtschaftsförderung gelernt habe, ist, nicht in Landkreisen oder Bezirken zu denken. Viele wichtige Themen machen schließlich nicht an irgendwelchen Grenzen halt. Das ist ein Ziel, das ich mir auch für meine Arbeit als Regionalgeschäftsführer im Landkreis Birkenfeld gesetzt habe: Wo es sinnvoll und wichtig ist, möchte ich Kooperationen über Grenzen hinweg nutzen und fördern.

### Sie sind zwar noch nicht lange „im Amt“ – aber haben Sie bereits weitere Themen in den Blick genommen?

Ich denke, ein ganz entscheidendes Thema für die Region, so wie für viele ländliche Gegenden, ist das Standortmarketing. Fachkräfte finden und binden, Fachkräftemobilität – in diesem Bereich müssen wir in den kommenden Jahren einiges tun. Eng verknüpft mit dieser Herausforderung ist die

## JUBILARE IM NOVEMBER

### 25 Jahre

Johanna Christina Simu,  
Hoppstädten-Weiersbach  
Reitzentrum Abtei GmbH, Idar-Oberstein

### 10 Jahre

4F-Trading & Consulting GmbH,  
Idar-Oberstein  
Edwin Heinrich Bock, Langweiler  
Mathias Rausch, Berglangengbach  
Rolf Adam Verwaltungs-GmbH,  
Idar-Oberstein  
Sabine Kronenberg, Idar-Oberstein

## JUBILARE IM DEZEMBER

### 10 Jahre

Dach-König Verwaltungs-GmbH,  
Niederbrombach  
Rolf Adam Grundstücks-GmbH & Co. KG,  
Idar-Oberstein

### Kontakt:

Jonas Klein  
06781 9491-14  
klein@koblenz.ihk.de  
www.ihk-koblenz.de/  
birkenfeld



FOTO: DANIEL KLÄGES-SAXLER

**„Ich möchte die Betriebe ermutigen, konstruktive Kritik an uns zu üben und den Kontakt zu uns zu suchen. Nutzen Sie uns als Anlaufstelle!“**

Infrastruktur, schließlich muss die Region gut vernetzt sein. Die B41 und die Hunsrückspange sind hier ja schon seit Jahren drängende Themen. Dann gilt es natürlich auch, die chinesischen Projekte in der Region weiter zu begleiten. Und so wichtig die Schmuck- und Edelsteinbranche hier ist, wir dürfen die übrigen Branchen und Industrien nicht aus dem Blick verlieren. Schließlich haben wir zahlreiche Hidden Champions im Landkreis.

### Möchten Sie den Unternehmern noch eine Botschaft mit auf den Weg geben?

Mir ist es sehr wichtig, die Unternehmer immer wieder zu motivieren, dass sie uns offen und ehrlich ihre Anliegen und Herausforderungen mitteilen. Ich möchte die Betriebe ermutigen, konstruktive Kritik an uns zu üben und den Kontakt zu uns zu suchen. Nutzen Sie uns als Anlaufstelle!

Das Gespräch führte Kristina Danneberg.

## ANFANG AUF DEM ZWEIMASTER

Vielleicht kann man sagen: Der Rhein-Mosel-Verlag hat seinen Anfang auf einem Zweimaster genommen, irgendwo zwischen Adria und Ägäis. Zwölf Jahre war Arne Houben auf diesem Segelschiff unterwegs und arbeitete als Skipper für seine Gäste. „Während dieser Zeit habe ich gemerkt, dass ich in die Region von Rhein und Mosel gehöre“, sagt Houben. Und aus seiner Liebe zur Region wuchs einige Zeit nach seiner Rückkehr der Verlag.

Früher einmal – in einer Zeit lange vor seinem „Mittelmeerabenteuer“, wie Houben es nennt – war der heute 75-jährige Kameramann. Für den wissenschaftlich-medizinischen Bereich produzierte er Trickfilme, hauchte beispielsweise Zeichnungen von Blutkörperchen Bewegung ein. Später war er als unabhängiger Kameramann für das ZDF tätig. Als er einen Freund kennenlernte, der eine Werbeagentur betrieb, stieg er mit ein und betreute dort fortan den Bereich Film und Fotografie. Auch mit dem Schreiben

begann der Sohn zweier Germanisten in dieser Zeit. Die Agenturarbeit behagte ihm jedoch nicht auf Dauer: „Irgendwann hatte ich genug von dem stressigen Geschäft, verkaufte mein Haus und kaufte den Zweimaster“, erzählt Houben. Die Wintermonate verbrachte er an der Mosel, fotografierte und schrieb. Nach seiner Rückkehr stellte er fest, „dass ich von meinen schriftstellerischen Tätigkeiten nicht leben konnte.“ Und heckte die Idee eines regional orientierten Verlags aus. Mit der Leihgabe eines Freundes von 10.000 DM machte er 1990 aus seiner Idee Wirklichkeit.

Auch 28 Jahre später ist er davon überzeugt, dass es der richtige Schritt war. Ängste um die Zukunft der Buchbranche hält er für übertrieben: „Natürlich müssen wir aufmerksam beobachten, wie sich der Markt entwickelt, aber die Vorstellung, dass es mit den Büchern zu Ende geht, ist Quatsch“, sagt er mit Nachdruck. „Der Umsatz im deutschen Buchhandel

### JUBILARE IM DEZEMBER

#### 10 Jahre

Dehren Beteiligungsgesellschaft mbH,  
Ellenz-Poltersdorf

Lohmann Druck Vertriebs GmbH, Bullay

liegt bei neun Milliarden Euro – da reicht kein Netflix ran.“ Ein Baustein dieses Buchhandels ist Houbens Rhein-Mosel-Verlag, kurz RMV, aus Zell. Er führt hauptsächlich Bücher mit regionalem Bezug, von Romanen wie „Mosel – Mörder – Revoluzzer“ über Lokalgeschichte und lokale Geschichten bis hin zu Sachbüchern, etwa über Wild- und Heilkräuter aus der Region. Auch Dorfchroniken und Jubiläumsbände, oft Auftragsarbeiten, bietet der RMV an, daneben Online-Reiseführer. Zwei davon – für Mosel und Eifel – hat Houben als Apps umgesetzt. Und in Zusammenarbeit mit der Düsseldorfer Agentur eviivo hat der RMV seinen Mosel-Reiseführer im Internet sogar zu einer Plattform mit Buchungsmöglichkeit ausgebaut.

Das Team hinter dieser Umtriebigkeit ist klein: Neben Houben besteht die Belegschaft aus seiner Frau, die den kaufmännischen Bereich des Geschäfts verantwortet, und einer Mediengestalterin. Dazu kommen verschiedene freie Lektoren, Grafiker, Illustratoren und Fotografen. Etwa 50 Autoren hat der Verlag zur Zeit im Programm und ist – darauf legt Houben Wert – jedes Jahr auch auf der Frankfurter Buchmesse präsent. Für regionale Literatur und Sachbücher gebe es immer einen Markt, sagt er. „Natürlich hofft man, dass man mal ein Manuskript erhält, das wie eine Rakete einschlägt. Aber da ist viel Glück dabei.“ Und das hat er eigentlich schon: „Ich bin ein glücklicher Mensch“, findet Houben, „ich komme morgens ins Büro und habe sofort Lust, loszulegen.“

„Ich komme morgens ins Büro und habe sofort Lust, loszulegen“, sagt Verleger Arne Houben, unten im Gespräch mit Autorin Ute Bales auf der Frankfurter Buchmesse.



FOTOS: RHEIN-MOSEL-VERLAG

#### Kontakt:

Knut Schneider  
02671 9157-96

Knut.Schneider@koblenz.ihk.de  
www.ihk-koblenz.de/cochem



## ALTSTADT KOBLENZ – URBANES ZENTRUM

Die von der IHK Koblenz initiierte Altstadtstudie sorgt bei den Gewerbetreibenden aus Gastronomie und Handel, aber auch bei der Stadtpolitik und Anwohnern für Diskussionsstoff. Klar ist: Die Koblenzer Altstadt ist das Aushängeschild der Stadt und zentraler Bestandteil der Innenstadtentwicklung und des Stadtmarketing.

**Die Studie „Nachtökonomie“, die zahlreiche Handlungsempfehlungen und Anregungen zur verträglichen Weiterentwicklung der Altstadt enthält, steht auf [www.ihk-koblenz.de](http://www.ihk-koblenz.de) unter Eingabe der Nummer 4176042 zum Download zur Verfügung.**



## WASSERSCHUTZGEBIET KOBLENZ / URMITZ: AKTUELLER SACHSTAND

Die Frist zur Abgabe von Einwendungen gegen die geplanten Neuregelungen zum Wasserschutzgebiet Koblenz / Urmitz ist abgelaufen. Nachdem die Industrie- und Handelskammer (IHK) Koblenz gemeinsam mit der Handwerkskammer (HwK) Koblenz noch einmal zu einer gemeinsamen Informationsveranstaltung eingeladen hatte, sind bei der Struktur- und Genehmigungsdirektion (SGD) Nord insgesamt 89 Einwendungen eingegangen. Auch die Stadt Koblenz hat nach einer entsprechenden Beschlussfassung im Stadtrat Bedenken gegen die geplanten Regelungen vorgebracht. Als sogenannte „Träger öffentlicher Belange“ haben IHK und HwK in einer gemeinsamen

Stellungnahme Position bezogen. Neben der Äußerung von Bedenken und dem Hinweis auf mögliche negative Konsequenzen ging es den Kammern auch um konstruktive Vorschläge, wie der Trinkwasserschutz und die Belange der Wirtschaft in Gleichklang gebracht werden können.

Alle Einwendungen werden seitens der SGD Nord geprüft und in einem Erörterungstermin mit den Einwendern besprochen. Der zeitliche Rahmen hierfür ist derzeit offen.

**Die gemeinsame Stellungnahme von IHK und HwK steht auf [www.ihk-koblenz.de](http://www.ihk-koblenz.de) unter Eingabe der Nummer 119486 zur Verfügung.**

## ZWÖLF KOBLENZER BETRIEBE ERHALTEN ÖKO-VERKEHRSSIEGEL

Die Stadt Koblenz hat zwölf Betrieben das Öko-Verkehrssiegel verliehen. Das goldene Öko-Verkehrssiegel erhielten vier Betriebe, drei wurden mit dem Öko-Verkehrssiegel in Silber ausgezeichnet und die bronzene Auszeichnung wurde fünf Betrieben zuteil. Bei der Feierstunde im historischen Rathaussaal betonte Oberbürgermeister David Langner die Rolle der Wirtschaft bei der Verkehrswende: „Unternehmen sind wichtige Partner der Stadt, denn Kommunen alleine können eine ökologische Verkehrswende nicht

umsetzen. Sie benötigen die Mitwirkung der Betriebe und Institutionen und natürlich auch der Bürgerinnen und Bürger selbst.“

Mit dem Öko-Verkehrssiegel würdigt die Stadt Koblenz das Engagement von Unternehmen, die ihre Mobilitätsstrukturen nach ökologischen Kriterien gestalten und so für mehr Umwelt- und Klimaschutz in Koblenz sorgen. Eine unabhängige Jury, der auch die IHK Koblenz angehört, bewertet alle zwei Jahre die Einsendungen der Unternehmen.

## AUSZEICHNUNG FÜR THIELKER+TEAM

Die Kommunikationsagentur Thielker+Team aus Koblenz hat beim bundesweiten Plakatwettbewerb „Best 18/1 Award“ den zweiten Platz erreicht. Ausgezeichnet wurde ein für ihren Kunden VGF (Verbund Farbe und Gestaltung GmbH) entworfenes Motiv. Insgesamt hatte es rund 300 Einreichungen gegeben. Die Agentur Thielker+Team wurde 1990 gegründet und beschäftigt 20 Mitarbeiter.

## JUBILARE IM NOVEMBER

### 10 Jahre

Iris Woldenga, Koblenz

Lambda Electronic GmbH, Koblenz

Vladimir Diner, Koblenz

## JUBILARE IM DEZEMBER

### 10 Jahre

Birgit Schwarz-Wolber „d3sign“, Koblenz

Ergon International GmbH, Koblenz

Junglas Sicherheitstechnik GmbH, Koblenz

KB KälteBeratung GmbH, Koblenz

V&R Vision & Robotics GmbH, 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)



## WACHSEN UND VERZWEIGEN

„Ihr seid zu grün hinter den Ohren“, sagte man den Studierenden Georg Henzgen und Peter Schommer, als sie beschlossen, sich selbstständig zu machen. Das war 1990. Heute besteht die „UnternehmerWerkstatt“ Henzgen & Schommer mit Sitz in Andernach aus vier eigenständigen Unternehmen, man betreibt daneben eine Fensterbaufirma in Mendig und beschäftigt so insgesamt 85 Mitarbeiter.

Henzgen und Schommer hatten jeweils eine kaufmännische Ausbildung absolviert und lernten sich beim anschließenden BWL-Studium mit Schwerpunkt Marketing an der FH Koblenz kennen. Im Rahmen einer gemeinsamen Projektarbeit erstellten sie ein betriebswirtschaftliches Konzept für eine kleine Bäckereikette, die Umsatzprobleme hatte. „Einige Zeit später erhielten wir einen Brief von der Bäckerei, die mehrere der von uns angeregten Maßnahmen umgesetzt hatte und nun wieder mehr Umsatz machte“, erzählt Schommer. Fortan war für die angehenden Akademiker klar, dass sie im Bereich Unternehmensberatung gründen wollten: „Was konnten wir schließlich verlieren?“ Über die folgenden Jahre gewannen sie Kunden, ließen ihr Unternehmen wachsen und sich verzweigen: Den Bereich Marketing wollten sie bald professioneller aufstellen und gründeten die Werbeagentur Henzgen | Schommer media GmbH. Dazu kamen Anfang der 2000er-Jahre – inspiriert durch die Bekanntschaft mit dem digitalaffinen Steuerberater und heutigen Partner Stefan Gostomzik – ein Unternehmen für digitale Belegverwaltung, die FIBUdata

Softwareentwicklung GmbH, sowie ein Buchhaltungsservice, die easyDATA GmbH. „Rückblickend denke ich: Es waren immer Zufälle dabei, die man in einer Unternehmensplanung natürlich nie einkalkulieren würde. Aber wir waren auch immer offen für Neues“, sagt Schommer. Diese Haltung führte dazu, dass Henzgen & Schommer vor vier Jahren die WinTech Fenster GmbH & Co. KG übernahm – auf den ersten Blick ein fast exotischer Schritt. „Eigentlich sollten wir den Verkauf begleiten“, erinnert sich Schommer. „Aber der Inhaber wollte auf keinen Fall das Risiko eingehen, dass der Betrieb von einem Investor gekauft und weiterveräußert würde. Das Wohl seiner Mitarbeiter lag ihm sehr am Herzen.“ Da hatten die Andernacher die Idee, das Unternehmen selbst zu kaufen. Henzgen machte sich über zwei Jahre als kaufmännischer Leiter mit dem Betrieb vertraut und im Januar 2015 wurde die WinTech Teil der Henzgen & Schommer-Familie. „In diesem Unternehmen setzen wir das um, was wir anderen raten“, erklärt Schommer. „Und natürlich haben wir überall unsere eigenen Produkte im Einsatz. So verfügen wir über einen großen Werkzeugkoffer, mit dem wir unsere Kunden in fast allen betriebswirtschaftlichen Situationen unterstützen können.“ Ziel sei es, die Kunden langfristig zu begleiten: „Wir möchten bodenständigen Rat geben und mit anpacken.“

Und was würde Schommer seinem studentischen Ich sagen, wenn er es heute träfe? Er lächelt: „Alles richtig gemacht, Peter!“

*Insgesamt beschäftigen Henzgen & Schommer 85 Mitarbeiter.*



FOTO: KRISTINA DANNEBERG

## JUBILARE IM NOVEMBER

### 125 Jahre

Reichskronen-Apotheke Dr. Schlags e.K., Mayen

### 25 Jahre

Udo Hans Kranz „Versicherung“, Plaidt

### 10 Jahre

Der Augenoptiker Roman Wagner + Hennerici GmbH, Polch

Frank Bauer, Polch

Marc Weiler, Mayen

Martina Reinmöller, Vallendar

Stephan Günter Schölzel

„Logistik Beratung“, Plaidt

ToniSport GmbH, Andernach

## JUBILARE IM DEZEMBER

### 50 Jahre

Matthias Weber GmbH & Co. KG., Andernach

### 25 Jahre

Einrichtungshaus OPTI – MALER

Pickel & Schneider GmbH, Kottenheim

### 10 Jahre

Cubus-Designhaus GmbH, Mülheim-Kärlich

GHP Steuerberatungsgesellschaft mbH, Polch

Horst Klein „Elektro“, Mayen

## BROHL WELLPAPPE GEWINNT VERPACKUNGSPREIS

Auszeichnung für die Brohl Wellpappe GmbH aus Mayen: Mit ihrem „Heineken Coolbag“, einer Verpackung mit Kühlhaltefunktion für acht Bierdosen, hat das Unternehmen beim Deutschen Verpackungspreis den ersten Platz in der Kategorie „Material“ belegt. Das Produkt ist aus einem Wellpappmaterial gefertigt, das das Anlegen runder Formen ermöglicht. Der Deutsche Verpackungspreis wird unter der Schirmherrschaft des Bundesministers für Wirtschaft und Energie ausgeschrieben und zeichnet seit 1963 Innovationen und Lösungen in verschiedenen Kategorien aus.

### Kontakt:

Martin Neudecker

0261 106-200

neudecker@koblenz.ihk.de

www.ihk-koblenz.de/mayen



## BEKENNTNIS ZUM STANDORT

Die für die Region wichtigste Nachricht zuerst: „Neuwied ist einer unserer bedeutendsten Standorte“, betont Michael Nonn. Bisweilen sind Sätze wie dieser ein Lippenbekenntnis, doch im Fall der ArcelorMittal Auto Processing Deutschland GmbH lässt Nonn Zahlen folgen, um zu untermauern, wie ernst ihm seine Aussage ist. Wie der Niederlassungsleiter des Werkes in Neuwied mit rund 100 Beschäftigten berichtet, investierte die Deutschlandtochter des Unternehmensangabens zufolge größten Stahlherstellers der Welt in diesem Jahr 16,5 Millionen Euro in den Ausbau des Standorts Neuwied. Das Unternehmen erweitert seine Kapazitäten und leitet zudem weitere Automatisierungsschritte ein.

Unter anderem hielten im Frühjahr zwei Roboter Einzug. Ihre Aufgabe: große Stahlwellen automatisch mit bis zu zehn Kilogramm schweren Schneidmessern bestücken, welche dann in die beiden Schneideanlagen eingeführt werden. Hier werden die sogenannten Coils – Stahlrollen – in Bahnen geschnitten und für Kunden vor allem aus der Automobilindustrie konfektioniert.

Wer sich jetzt um Arbeitsplätze sorgt, den kann Michael Nonn beruhigen. „Digitalisierung und Automatisierung verändern die Arbeitswelt“, sagt er, „aber Tatsache ist, dass wir 2019 zusätzliches Personal einstellen werden.“ Er sucht Fachkräfte für Instandhaltung und Automatisierung – und spürt dabei, wie so viele andere Firmen, den zunehmenden Fachkräfte-



„Digitalisierung und Automatisierung verändern die Arbeitswelt“, sagt Michael Nonn, Niederlassungsleiter von ArcelorMittal in Neuwied.

mangel. „Der Recruiting-Prozess wird aufwändiger“, berichtet Nonn.

Seit knapp 20 Jahren gibt es den ArcelorMittal-Standort Neuwied. 1999 erwarb das Unternehmen das Grundstück, früher war dort ein Holzhandel ansässig. „Das Grundstück war hochinteressant für uns – und ist es bis heute“, betont der Niederlassungsleiter. Denn hier kommt alles zusammen: Wasser, Schiene und Straße. 85 Prozent der Produkte verlassen das Werk per LKW, der Rest per Güterzug. Da trifft es sich gut, dass es einen direkten Bahnanschluss gibt und die A 3 und A 61 so schnell zu erreichen sind. „Unsere wichtigsten Abnehmer sitzen im Ruhrgebiet und in Süddeutschland“, so Nonn, „da ist die Lage perfekt.“ Zudem verfügt das Unternehmen über einen eigenen Schiffsanleger. Den braucht es, weil die Coils – diese stammen zu einem großen Teil vom ArcelorMittal-Stahlwerk im belgischen Gent – per Binnenschiff zum Werk gelangen. Für LKWs sind die Stahlrollen in ihrer ursprünglichen, nicht beschnittenen Form viel zu schwer.

In dem Neuwieder Werk werden rund 400.000 Tonnen Stahl pro Jahr

verarbeitet. Dank der guten Auftragslage und Investitionen soll die Menge in den kommenden Jahren weiter steigen. Mit der neuen Spaltanlage, die Ende dieses Jahres ihren Betrieb aufnimmt, sei ein zusätzliches Produktionsvolumen von 150.000 Tonnen Stahl möglich, erklärt Nonn. Das alles sei „eine gute Nachricht für den Wirtschaftsstandort Neuwied“, sagte der Neuwieder Oberbürgermeister Jan Einig im Februar. „Die Investition in dieser Größenordnung dokumentiert eindrucksvoll die Leistungsfähigkeit von ArcelorMittal und belegt vor allem, dass der Standort Neuwied nicht nur heute, sondern auch in Zukunft für das weltweit tätige Unternehmen von Bedeutung ist.“

*Lothar Schmitz*

### JUBILARE IM NOVEMBER

#### 10 Jahre

adenauer elektrotechnik KG, Linz

Busrin Haushahn „Thailändische Massage“, Neuwied

Koch Verwaltungs GmbH, Dernbach

PW Steuerberatungsgesellschaft mbH, Neuwied

R + U Koch GmbH & Co. KG, Dernbach

### JUBILARE IM DEZEMBER

#### 10 Jahre

Jan Zub „Trocken- u. Akustikbau“, Kasbach-Ohlenberg

#### Kontakt:

Fabian Göttlich

02631 9176-15

goettlich@koblenz.ihk.de

www.ihk-koblenz.de/neuwied



## DAS INNENLEBEN VON VERPACKUNGEN

Meist sortiert man sie achtlos aus und wirft sie schnell in die Tonne: Verpackungen. Gedanken über ihr Innenleben machen sich die wenigsten, auch wenn alle unbeschädigte Produkte erwarten, ob Schaumküsse, Sushi, Getränkeflaschen oder -dosen, Zerbrechliches aus Glas oder Teile für die Automobilindustrie. Sehr wohl Gedanken darüber macht man sich bei der Mölle GmbH in Kastellaun. Die Innenausstattung von Verpackungen – von sogenannten Gefachen, Gitterstegen und Gitterfacheinsätzen überwiegend aus Vollkarton oder Wellpappe, je nach Kundenwunsch aber auch aus Kunststoff – ist seit mehr als 25 Jahren Sache des Unternehmens.

1988 gründete Stefan Mölle, ein Maschinenbauingenieur, den Verpackungsbetrieb in Pfungstadt. Er baute ihn stetig aus, wechselte 1991 nach Mörsdorf und 2000, eines größeren Geländes halber, nach Kastellaun. Seit 2006 gehört das Unternehmen zur Mölle Gruppe, seit 2016 zur Mölle GmbH.

Gewaltige, Hunderte von Kilos schwere Papprollen in verschiedenen Breiten und

Qualitäten warten im Lager, turmhoch gestapelt, auf ihre Verarbeitung. 5.500 Tonnen jährlich wandern in den Produktionshallen durch die Stanzmaschinen, die, wie fast alle Maschinen hier, vom hauseigenen Spezialmaschinenbau entwickelt, gefertigt und gewartet werden. „Daneben bauen wir auch Spezialmaschinen für Fremdunternehmen der Verpackungsindustrie“, erklärt Michael Müller, zuständig für Marketing und Produktentwicklung, beim Rundgang.

Materialeffizient stanzen die Maschinen die Stege in unterschiedlichsten Formen aus, die gebündelt entweder zu den Montagemaschinen oder, bei kleineren Auflagen, in die Hände von Steckerinnen wandern. Fingerfertig stecken sie die Formen zu Gefachen zusammen, falten sie für den Transport und stapeln sie meist in großen und umweltfreundlichen Pappcontainern. 150 Mitarbeiter sind bei Mölle in Kastellaun beschäftigt, dazu kommen 50 in der Niederlassung im schottischen Glasgow. „Da sind“, meint Müller, „tatsächlich meist Whisky-Produzenten unsere Kunden.“

5.500 Tonnen Pappe verarbeitet die Mölle GmbH jedes Jahr.



FOTO: DR. LIESELOTTE SAUER-KAULBACH

### JUBILARE IM NOVEMBER

#### 25 Jahre

HMT Rüffel GmbH, Halsenbach

#### 10 Jahre

Frank Gehrmann, Laudert

Juliane Sunca, Heizenbach

### JUBILARE IM DEZEMBER

#### 25 Jahre

Anusan Gesundheitsprodukte GmbH, Dörth

#### 10 Jahre

Bettina Schmitz, Bickenbach

H & H Garten-, Land- und Fördertechnik GmbH, Lingerhahn

Pascal Kieffer, Dommershausen

Simone Röhrig „Tierpension Waika“, Hahn

Mehr als ein Zehntel der Belegschaft, in diesem Jahr achtzehn Mitarbeiter, sind Auszubildende. Geschäftsführer Klaus Eckert erklärt das mit dem Fachkräftemangel und der Notwendigkeit, qualifizierte und flexibel einsetzbare Arbeitskräfte selbst auszubilden. „Wir bilden entsprechend unserem Bedarf aus und machen jedem, der die Prüfung erfolgreich absolviert hat, ein Übernahmeangebot.“ Glücklicherweise habe man genügend engagierte, nicht nur das bloße Fachwissen vermittelnde, Ausbilder.

In sieben Berufsfeldern, vom Maschinen- und Anlagenführer über Technische Produktdesigner bis zum Fachinformatiker, bildet Mölle aus und bietet den Azubis beispielsweise auch internen Englisch-Unterricht, Unterstützung bei der Prüfungsvorbereitung und motivationsfördernde Foto- und Videowettbewerbe. Und last, but not least sorgt man sich auch um die Gesundheit aller Mitarbeiter, von Zuschüssen zu Fitnessangeboten bis zur Gesundheitsbar.

Dr. Lieselotte Sauer-Kaulbach

#### Kontakt:

Knut Schneider

06761 9330-11

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

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

[rhein-hunsrueck](http://rhein-hunsrueck.de)



## DER BAUER IST DIE BENCHMARK

Werksleiter Detlef Halbe tritt ans Fenster, das zur Lahn hinausgeht, und deutet auf einen Bauernhof am gegenüberliegenden Flussufer im beschaulichen Dausenau. „Das hier, das ist eine unserer Benchmarks“, sagt er. „Da ist alles durchgetaktet. Die Kühe werden automatisch abgemolken, der Stall von einem Roboter saubergemacht und es gibt dort sogar eine Art ‚Kuhwaschstraße‘. Auf eine gewisse Weise ist man da schon viel weiter als wir.“

Wir, das ist das Kompetenzzentrum Bäderstraße mit den Standorten Holzhausen / Dausenau des Konzerns EATON. Insgesamt 548 Mitarbeiter zählen die beiden Standorte, die für den „Electrical Sector“ des nordamerikanischen Großunternehmens produzieren. Die Größe des Unternehmens spiegelt sich im Denken Halbes wider – das merkt man, wenn er die Prozessorientierung seiner beiden Standorte erklärt. Aber eigentlich wichtig, so Halbe, sei es, immer wieder alles, also sämtliche betriebliche Prozesse, von oben bis unten und wieder zurück zu durchlaufen. „Wenn ein Problem im Detail auftaucht, sollte man dieses Problem nicht im Detail beheben. Man sollte auf eine höhere Ebene gehen und das Problem von dort aus angehen.“

### JUBILARE IM NOVEMBER

#### 50 Jahre

Margrit Hellerbach, Nastätten

#### 25 Jahre

Klaus Schmid „Vermögensberatung“, Diez

#### 10 Jahre

getASSET GmbH, Osterspau

Hans Halim, Diez

REGION-RHEIN Nachrichten UG

(haftungsbeschränkt), Kamp-Bornhofen

Sprungbrett Personalservice GmbH,

Nastätten

### JUBILARE IM DEZEMBER

#### 25 Jahre

Beiselen Lagerei- und Umschlags-GmbH,  
Lahnstein

#### 10 Jahre

Jutta Loos, Dessighofen

Karin Werner „care4dox“, Braubach

Schneider Steuerberatungsgesellschaft mbH,  
Diez



EATON-Werksleiter Detlef Halbe: „Wichtig ist, die Entwicklung im Blick zu behalten.“

So ist auch die Vernetzung von EATON mit einer Kindertagesstätte zu verstehen: Neben einigen Schulpatenschaften, die schon seit vielen Jahren laufen, unterhält EATON seit drei Jahren eine Kooperation mit dem „Bildungshaus Dausenau“, einer Kindertagesstätte und einem Kindergarten unter einem Dach. Dadurch stehen Halbe und seine Mitarbeiter im engen Kontakt mit den Kindern und Eltern – und bekommen so einiges mit: „Heutzutage haben Eltern viel mehr Mitspracherecht – im Kindergarten, in der Grundschule, auf den weiterführenden Schulen. Wir fragen uns: Was bedeutet das für uns? Wenn diese Kinder eines Tages bei uns als Auszubildende im Betrieb sind, fordern sich ihre Eltern möglicherweise auch dort ihr Mitspracherecht ein. Man muss auf diese Fragen nicht unbedingt jetzt schon eine Antwort haben. Aber wichtig ist, dass man die Entwicklung im Blick behält.“ Auch wieder so ein Fall für ‚vom Kleinen aufs Große‘.

Ganz konkret bringt die Patenschaft mit dem Bildungshaus Farbe in den alltäglichen Schichtbetrieb am Standort Dausenau: Plätzchenbacken mit den Kindern zu Ostern stand in diesem Jahr ebenso schon auf dem Programm wie eine Kunstausstellung des Nachwuchses in den Produktionshallen des Herstellers von

„Befehls- und Meldegeräten“, bei der die Belegschaft mit abstimmen konnte, welches Bild das schönste war. Demnächst kommen die Kleinen dann zum Weihnachtsbaumschmücken.

Für Halbe ist diese Verbindung an mehreren Fronten gewinnbringend: Neben dem oben angesprochenen Faktor „Wie tickt die kommende Eltern- und Schülergeneration?“ knüpft das Unternehmen so schon frühzeitig Kontakte zu Eltern und Schülern und möchte schließlich auf lange Sicht damit auch seine Bekanntheit steigern. Denn Halbe erinnert sich noch zu gut: „Als ich 2013 die Werksleitung angetreten habe, da war der Name EATON hier noch nicht angekommen. Erst wenige Jahre zuvor hatten wir Moeller übernommen, einen Betrieb, der hier seit Jahrzehnten ansässig war. Als eine Kassiererin mich damals fragte, wo ich denn arbeite, wusste sie mit dem Namen EATON nichts anzufangen.“ Das habe man in den vergangenen Jahren positiv verändern können.

#### Kontakt:

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



## VOM SALBENTIEGEL ZUM HIGHTECH-APOTHEKEN-FACHHANDEL

Auf dem Firmengelände in Hillscheid begrüßt Besucher eine monumentale Kruke, 2,50 Meter hoch, grau-blau, wie es sich für Westerwälder Steinzeug gehört. Das Gefäß ist kein Gebrauchsgegenstand, sondern eine Arbeit des Kölner Bildhauers und Tony Cragg-Schülers Gereon Krebber. Ein geschichtsträchtiges Kunstwerk, denn angefangen hat es bei WEPA Apothekenbedarf vor 135 Jahren tatsächlich mit tönernen Kruken – wie man Abgabe- und Aufbewahrungsgefäße im Apothekenjargon nennt – und mit anderen Standgefäßen, Messuren, Messgefäßen für Apotheken und Krankenanstalten.

1883 gründet Jean Paulus mit seinem Schwager Albert Thewalt in Höhr die Firma

„Paulus & Thewalt“. Sie wächst schnell, neue, moderne Gebäude entstehen, Lager und Produktionsstätten, in denen fortan auch Produkte aus Kunststoff hergestellt werden: neben den eingangs erwähnten Kruken auch Deckel und Dosen. Ebenfalls damals entstanden: Eine hauseigene, heute noch aktive Malerei und Druckerei. 1957 fusioniert Paulus & Thewalt mit dem Kasseler Unternehmen Georg Wenderoth zur Wepa Paulus & Thewalt GmbH & Co KG. 1984 übernimmt mit Dr. Axel Ciesielski ein passionierter Kunstsammler in vierter Generation die Firma.

Auch in den 1990er-Jahren wird expandiert und gebaut, ein Hochregallager – das 2010 erweitert wird und in dem mehr als 5.000 Produkte vorgehalten werden –, ein Verwaltungsgebäude, ein Gebäude für den technischen Kundendienst, alle im charakteristischen Rot und Weiß. 2009 stieg mit Dr. Heike und Dr. Christian Ciesielski die fünfte Generation in die Geschäftsführung ein. „Wir sind nach wie vor ein Familienunternehmen“, kommentiert Markus Cramer, Marketingleiter des 450 Mitarbeiter zählenden Unternehmens.

Im Fokus steht die Digitalisierung; vernetzte Geräte, eine eigene Software zur Herstellung von Rezepturen und neue digitale Services. „In unserer vor drei Jahren aufgestellten digitalen Roadmap geht es konsequent nach vorne“, so Cramer. Der direkte Kontakt zu den Apotheken ist trotzdem unverzichtbar. Denen bietet WEPA alles, was zu einer modernen Apotheke gehört und was man in der 2013 auf

dem Firmengelände eingerichteten Apothekenwelt besichtigen kann. Da gibt es nach wie vor Kruken, Verpackungen, etwa für nach Rezept hergestellte Salben, und mit der Eigenentwicklung „Topitec“ auch ein qualitätssicherndes, innovatives und die Arbeit erleichterndes Rezepturmischsystem. Hinzu kommen Wartungs- und Serviceleistungen für den Labor- und Rezepturbereich, vom hauseigenen Kundendienst betreute Systeme und Geräte, Waagen, Destilliergeräte und Medikamentenkühlschränke. Die können mit der eigens entwickelten Software per Computer überwacht werden – auch das ein Beitrag zur Qualitätssicherung in der Apotheke.

Zunehmend Raum im WEPA-Sortiment nehmen, wie Ciesielski sagt, „OTC“-Produkte ein, also Waren, die ohne Rezept in der Apotheke erhältlich sind, vom Blutdruckmessgerät über Inhalationsgeräte und Hustenbonbons bis zum Läusesham-poo. „Wir sind Partner der Apotheke vor Ort und stützen diese im Wettbewerb zu Versandapotheken und Co.“, meint Heike Ciesielski.

*Dr. Liselotte Sauer-Kaulbach*

### JUBILARE IM NOVEMBER

#### 50 Jahre

Reinhold Speier, Moschheim

#### 10 Jahre

Anna Katharina Lahs „Organetik“, Pottum  
Joachim Hirsch, Michael Kiesling GbR, Westerburg  
Kerstin Stein, Eitelborn  
Marina Ipatova-Arendt, Dernbach (Westerwald)  
MEDANA GmbH, Neunkhausen  
VAKT GmbH, Lochem

### JUBILARE IM DEZEMBER

#### 125 Jahre

Albert Jac. Thewalt Steinzeugfabrik GmbH, Höhr-Grenzhausen

#### 25 Jahre

Astrid Schmitz, Ruppach-Goldhausen

#### 10 Jahre

Cadan - GmbH, Hachenburg  
Christine Maria Hehn-Eisenberger „Hehn-Touristik“, Alpenrod  
DoKaSch Leasing AG, Staudt  
Haas Kunststofftechnik Verwaltungs-GmbH, Rennerod  
INNOTROL GmbH, Ransbach-Baumbach  
Janek Buchner, Rennerod  
Keil Fördertechnik GmbH, Ruppach-Goldhausen  
NATURAGALEN Dr. Görlich e.K., Heilberscheid

*Mit Dr. Heike und Dr. Christian Ciesielski leitet aktuell die fünfte Generation die Geschicke von WEPA.*



FOTO: RIEGG & PARTNER WERBEAGENTUR

#### Kontakt:

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



## Nachgefragt bei ...

# Sr. M. Theresia Winkelhöfer

Kürzlich wurde die Dernbacher Ordensschwester Katharina Kasper (\* 26. Mai 1820 in Dernbach; † 2. Februar 1898 ebenda) in Rom heiliggesprochen. Eine besondere Ehre für die „Armen Dienstmägde Jesu Christi“ – wie die katholische Ordensgemeinschaft sich nennt, die von Kasper gegründet wurde –, wie auch für die gesamte Region. Wir haben uns mit der Provinzoberin Sr. M. Theresia Winkelhöfer über die nun Heilige unterhalten und sie gefragt, was man heute noch von Katharina Kasper lernen kann.



### Die Dernbacher Ordensschwester Maria Katharina Kasper ist heiliggesprochen worden. Welchen Stellenwert hat das für die Gemeinschaft der Dernbacher Schwestern und das Umland?

Die Heiligsprechung hat bei uns eine große Freude ausgelöst und eine unglaubliche Begeisterung in Dernbach, Umgebung und im Bistum Limburg. Ganz wichtig ist die Heiligsprechung auch für alle unsere nicht-deutschen Provinzen und Regionen. Eine Heiligsprechung bedeutet ja, dass die betreffende Person in den Heiligenkalender der Weltkirche aufgenommen wird; damit darf sie ganz offiziell überall auf der Welt in den Gottesdiensten verehrt werden.

### Wie haben Sie die Heiligsprechung erlebt?

Ich selbst war zwar leider nicht in Rom, wir haben die Heiligsprechung aber auf großer Leinwand gemeinsam in unserer Klosterkirche verfolgt. Das war ein besonderes Ereignis. Vor allem – wir waren Katharina ganz nahe, weil sie ja im Sarkophag unter dem Altar liegt.

### Was macht Katharina Kasper so besonders?

Ich würde sagen: Katharinas Persönlichkeit, geprägt von Güte, Klugheit, Mut, Frömmigkeit und einer hohen Risikobereitschaft. Diese Eigenschaften ließen sie und ihre Gemeinschaft alle Schwierigkeiten und Krisen meistern.

### Was kann die heutige Gesellschaft von ihr lernen?

Für mich ist die Spiritualität Katharinas eine Alltagsspiritualität.

*Damit will ich sagen: Ihre Spiritualität hilft mir, meinen Alltag zu leben, zu gestalten, zu bestehen. Wir müssen die Welt nicht verändern. Katharina sagt: „Wenn wir tun, was wir können, so ist der liebe Gott zufrieden.“ Und wir können viel tun, auch wenn es nicht das ist, was wir uns in unseren kühnsten Träumen vorstellen. Ich finde, das ist unglaublich entlastend. Katharina hat also auch der Gesellschaft heute viel zu sagen. Wenn wir versuchen, so zu handeln wie Katharina, dann bekommen wir – wie sie – eine Weite und Leichtigkeit, die den Alltag schön, lebenswert und spannend macht.*

### Ganz generell: Was qualifiziert einen Menschen zu einer Heiligsprechung?

„Heiligsprechungen“ sind ja kirchenrechtliche Einrichtungen. Der Mensch muss heilig sein, damit er auch schon seliggesprochen wird. Papst Franziskus hat in seinem Apostolischen Schreiben deutlich gemacht, wie ich in und durch meinen Alltag heilig werden kann: Dazu gehört auch ein Leben mit Gott, wie wir es in unserem Alltag leben können. Das hat Katharina getan. Das hat sie heilig gemacht – schon als junge Frau.

### Die katholische Kirche geht durch schwierige Zeiten, die Mitgliederzahlen hierzulande sinken – stirbt der Katholizismus aus?

Nein. Die Kirche hat oft schon schwierige Zeiten und Durststrecken erlebt. Die verhelfen auch zur Heilung.

Das Gespräch führte Leon Mohr.

*Saftig und aromatisch*

## Gerichte mit Lamm- und Ziegenfleisch

Regionale Produkte liegen im Trend. Auch der Wunsch, das Fleisch auf ihrem Teller möge nicht aus der Massentierhaltung stammen, setzt sich bei Verbrauchern immer mehr durch. Schaf und Ziege gewinnen deshalb für den Nahrungsmittelmarkt an Bedeutung: Die Paarhufer geben nicht nur Milch für charaktervollen Käse, sondern liefern auch schmackhaftes Fleisch zum Grillen und Braten sowie für Wurst und Schinken. Käse und Fleisch von Schaf und Ziege sind dabei in der Regel frei von antibiotischen Rückständen, denn die Tiere können sich bei natürlichem Ursprung in einem unbelasteten Umfeld entwickeln. Ganz nebenbei pflegen sie als „lebende Rasenmäher“ die Region. Manch einer denkt, dass man für die Zubereitung von Lammfleisch mehr Erfahrung benötigt als für Rind oder Schwein. Das ist ein Irrtum: Das Fleisch von Lamm oder Zicklein ist nicht schwieriger zuzubereiten als anderes Fleisch.

Vor dem Hintergrund der ganzheitlichen Verarbeitung des Tieres sollte man auch Innereien und die weniger nachgefragten Teilstücke, auch als „Second Cuts“ bezeichnet, nicht geringerschätzen. Wir erhalten oder verarbeiten häufig nur die Edelteile der Tiere. Gerade die Innereien und die „Second Cuts“ aus den Fleischteilen können jedoch mithilfe verschiedener Garverfahren ein besonderes Koch- und Geschmackserlebnis bieten. Fragen Sie Ihren Metzger oder Lammlieferanten danach, damit diese Stücke in Deutschland mehr verarbeitet werden.



FOTO: INGO HILGER

### Lamm mit Speck, Wacholder und Birne

#### Zutaten für 6 Personen:

- 1400 g** Lammkeule  
Salz, Pfeffer
- 10 g** Wacholderbeeren
- 10 g** Thymian, gehackt
- 200 g** durchwachsener Speck
- 400 g** Kartoffeln
- 4** rote Zwiebeln
- 400 g** Kürbis
- 200 g** Sellerie
- 800 g** Lammfond
- 300 g** Birne
- 100 g** Butter, kalt  
in Würfel geschnitten

#### Orangen-Gremolata

- 10 g** Wacholderbeeren
- 100 g** Petersilie
- 50 g** Walnüsse
- 2** Sardellen
- 1** Orange

- Lammkeule in Stücke von je 80 g schneiden und mit Salz, Pfeffer, zerstoßenem Wacholder und Thymian würzen
  - Fleischstücke mit dem Speck einwickeln und in einen Topf legen
  - 20 Minuten bei 150 °C im Backofen vorgaren
  - Kartoffeln, Zwiebeln, Kürbis und Sellerie schälen und in grobe Würfel (ca. 30 g) schneiden und nach Verstreichen der 20 Minuten mit dem heißen Lammfond zum Fleisch geben. Mit Backpapier oder einem Deckel abdecken
  - Alles zusammen im Ofen bei 160 °C ca. 1 Stunde garen
  - Danach die geviertelten und entkernten Birnen zugeben und nochmals 20 Minuten garen
  - Kalte Butterwürfel in die Sauce einrühren
  - Für die Gremolata Wacholderbeeren, Petersilie, Walnüsse und Sardellen fein hacken und miteinander vermengen
  - Orangenschalenabrieb und Orangensaft dazugeben
  - Mit Salz und Pfeffer abschmecken
- Tipp: Das Fleisch kann auch ohne Vorgaren mit dem Gemüse bei 85 °C im Backofen etwa 8 Stunden gegart werden.*

### Lust auf Kochen?

Weiterführende Seminare werden vom Gastronomischen Bildungszentrum (GBZ) der IHK Koblenz angeboten:

- **Weihnachtskochkurs - „Hilfe, die Gäste kommen“:** 18.11.2018, 15 bis 22 Uhr
- **Beef it or leave it! - Grillen mit Hochleistungstemperatur:** 14.02.2019, 09 bis 16 Uhr
- **Lecker Lamm & Zauberkäse:** 17.03.2019, 15 bis 22 Uhr

Anmeldung und Informationen: [www.gbz-koblenz.de](http://www.gbz-koblenz.de)



## AUS UNSEREM AKTUELLEN VERANSTALTUNGSKALENDER:

### Überlegungen zum Jahreswechsel – Aktuelles Steuerrecht für Unternehmer

Wenn das Jahresende naht, sollten Unternehmer verschiedene steuerrechtliche Themen in den Blick nehmen. Um ihnen bei der Orientierung in diesem Rechtsgebiet zu helfen, lädt die IHK Koblenz gemeinsam mit der Steuerberaterkammer Rheinland-Pfalz zu einer kostenfreien Informationsveranstaltung am **22. November 2018 von 17:30 Uhr bis 19:30 Uhr in ihre Räume (Schlossstraße 2, 56068 Koblenz)** ein. Referent Walter Mock, Steuerberater und Vorstandsmitglied der Steuerberaterkammer Rheinland-Pfalz, vermittelt Infos und Praxistipps zu Themen wie Umsatzsteuer und Online-Handel, Verfahrensdokumentation zur Kasse, eRechnung oder „Brennpunkt Arbeitszimmer“. Ein detailliertes Programm und die Möglichkeit zur Anmeldung stehen auf [www.ihk-koblenz.de](http://www.ihk-koblenz.de) unter Eingabe der Nummer **4184500** bereit.

### Beratungstage zu gewerblichen Schutzrechten

„Erste Hilfe“ bei Fragen zu gewerblichen Schutzrechten: In Zusammenarbeit mit Patentanwälten aus der Region bietet die IHK Koblenz kostenfrei einen regelmäßigen individuellen Beratungsdienst an. Beim nächsten Sprechtag am **21. November 2018 von 14 bis 18 Uhr in der IHK Koblenz (Schlossstraße 2, 56068 Koblenz)** dreht sich alles um das Thema Markenrecht: Welche Markenarten gibt es?, was muss ich bei Marken besonders beachten?, welche Schritte sind notwendig zur Anmeldung – und welche Kosten entstehen dabei? Jedem Teilnehmer stehen etwa 25 Minuten Beratungszeit zur Verfügung. Für eine Teilnahme ist eine telefonische **Anmeldung** bei **Insa Kattwinkel** unter **0261 106-287** oder **kattwinkel@koblenz.ihk.de** erforderlich.

### Recht und Steuern in den USA

Immer wieder hört man von spektakulären Produkthaftungsklagen aus den USA. Tatsächlich können Geschädigte in den USA erhebliche Geldsummen verlangen, und die Bereitschaft, zu klagen, ist viel ausgeprägter. Aber deswegen auf ein unternehmerisches Engagement verzichten? Dafür ist der Markt zu attraktiv. Mit sicheren Produkten, einer ganzheitlichen präventiven Strategie und vor allem der Bereitschaft, an ein mögliches Fehlverhalten der Kunden zu denken, lassen sich Produkthaftungsrisiken in den USA erheblich minimieren. Um eine solche Strategie zu entwickeln, ist die Auseinandersetzung mit dem US-Steuerrecht unverzichtbar. Die kostenfreie Veranstaltung „Recht und Steuern in den USA“ am **22. November 2018 ab 13:30 Uhr in der IHK Koblenz** gibt einen Überblick über die wichtigsten steuerrechtlichen Fallstricke und die hilfreichsten Praxistipps für Unternehmen. Ein detailliertes Programm und die Möglichkeit zur Anmeldung stehen auf [www.ihk-koblenz.de](http://www.ihk-koblenz.de) unter Eingabe der Nummer **3903896** bereit.

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



# E-Commerce-Day 2018

Digitale Strategien  
für Handel und Gastgewerbe

**WANN?** Dienstag, 20. November 2018, ab 13 Uhr  
**WO?** IHK Koblenz, Schlossstraße 2, Koblenz

Wer in der digitalen Gegenwart erfolgreich sein will, muss seine Kunden dort abholen, wo sie sich heute überwiegend aufhalten – im Internet.

Der E-Commerce-Day der IHK Koblenz bietet Ihnen dazu gebündeltes Expertenwissen und anschauliche Beispiele aus der Praxis, greift spannende Entwicklungen auf und gibt einen Ausblick auf die Trends von morgen.

Darüber hinaus bieten wir Ihnen die Möglichkeit, individuelle Termine für eine kostenfreie Orientierungsberatung zu Themen wie Online-Marketing oder Internetrecht zu buchen.

Anmeldung und detaillierte Infos zum Programm unter  
[www.ihk-koblenz.de/ecommerceday2018](http://www.ihk-koblenz.de/ecommerceday2018)

 **GemeinsamDigital**

 [www.facebook.com/ihk.koblenz](http://www.facebook.com/ihk.koblenz)

 [www.twitter.com/ihk\\_koblenz](http://www.twitter.com/ihk_koblenz)

 [www.instagram.com/ihkkoblenz](http://www.instagram.com/ihkkoblenz)

 **IHK Koblenz**  
Starke Wirtschaft.  
Starke Region.