

Report

Wirtschaftsmagazin der Region Rheinessen September/Oktober 2022

20 Jahre Starterzentren

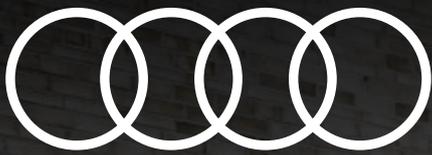
„Lu“ im Aufbruch

Seite 14

Azubi-Festival 2022

Seite 40





Kurzfristig verfügbar. Der Audi Q5 Sportback¹.

Attraktive Angebote für Businesskunden –
in Ihrem Audi Zentrum Mainz.



Ein attraktives Leasingangebot für Businesskunden?
z. B. Audi Q5 Sportback advanced 40 TDI quattro, S tronic*

* Kraftstoffverbrauch l/100 km: innerorts 6,1; außerorts 5,0; kombiniert 5,4; CO₂-Emissionen g/km: kombiniert 142; CO₂-Effizienzklasse A.

Brillantschwarz, 20" Audi Sport-Räder im 5-V-Speichen-Stern-Design, 3-Speichen-Sportkontur-Lederlenkrad (unten abgeflacht mit Multifunktion plus), Audi Smartphone Interface, Privacy Verglasung (Scheiben abgedunkelt), Ambiente-Lichtpaket plus, Audi Reifengarantie, Vorbereitung für Anhängervorrichtung, Komfortschlüssel, 3-Zonen-Komfortklimaautomatik, Audi Soundsystem, Komfortmittellarmlehne vorn u. v. m.

Leistung:
Vertragslaufzeit:
Jährliche Fahrleistung:
Leasing-Sonderzahlung:
Audi Wartung und Inspektion (optional)

150kW (204 PS)
48 Monate
10.000 km
€ 579,-
€ 20,-

Monatliche Leasingrate

€ 579,-

Ein Angebot der Audi Leasing für Businesskunden², Zweigniederlassung der Volkswagen Leasing GmbH, Gifhorner Straße 57, 38112 Braunschweig. Zzgl. Überführungskosten und MwSt.. Bonität vorausgesetzt.

¹ Kraftstoffverbrauch kombiniert: 6,9 l/100 km | CO₂-Emissionen: 158 g/km. Angaben zu den Kraftstoffverbräuchen und CO₂-Emissionen sowie CO₂-Effizienzklassen bei Spannbreiten in Abhängigkeit vom verwendeten Reifen-/Rädersatz.

² Zum Zeitpunkt der Leasingbestellung muss der Kunde der berechtigten Zielgruppe angehören und unter der genannten Tätigkeit aktiv sein. Zur berechtigten Zielgruppe zählen: gewerbetreibende Einzelkunden inkl. Handelsvertreter und Handelsmakler nach § 84 HGB bzw. § 93 HGB, selbstständige Freiberufler/Land- und Forstwirte, eingetragene Vereine/Genossenschaften/Verbände/Stiftungen (ohne deren Mitglieder und Organe). Wenn und soweit der Kunde sein(e) Fahrzeug(e) über einen gültigen Konzern-Großkundenvertrag bestellt, ist er im Rahmen des Angebots für Audi Businesskunden nicht förderberechtigt.

Abgebildete Sonderausstattungen sind im Angebot nicht unbedingt berücksichtigt. Alle Angaben basieren auf den Merkmalen des deutschen Marktes.

Audi Zentrum Mainz

Löhr Automobile GmbH, Hechtheimer Straße 23, 55131 Mainz, Tel.: 0 61 31 / 23 99-300, info.azm@loehrgruppe.de, www.audi-zentrum-mainz.audi



Gründungsland in Feierlaune

Sehr geehrte Unternehmerinnen und Unternehmer,
liebe Gründerinnen und Gründer,

die Feierlaune auf unserem Titelbild hat zwei Gründe: Das Gründungsland Rheinland-Pfalz befindet sich auf Bergfahrt. Trotz aller Krisen wagen immer mehr Menschen in unserem Bundesland den Sprung in die Selbständigkeit, die Zahl der Gewerbebeanmeldungen wächst.

Teil und Treiber dieser Entwicklung sind die Starterzentren Rheinland-Pfalz – ihr 20. Geburtstag ist der zweite Grund zum Feiern. Als erste Adresse für den Start in die Selbständigkeit wurden sie von den vier Industrie- und Handelskammern und den vier Handwerkskammern im Land im Jahr 2002 an den Start gebracht – seither haben sie ein landesweites Netzwerk an Kooperationspartnern aufgebaut und tausende von Gründerinnen und Gründern auf dem Weg zum eigenen Unternehmen begleitet.

Wer in Zeiten von Pandemie, Flutkatastrophe, Inflation und gestörten Lieferketten gründet – und das trotz guter Chancen auf dem Arbeitsmarkt – tut dies aus Überzeugung. Solche Gründerinnen und Gründer braucht das Land: Mit kreativen Ideen, anderen Herangehensweisen und neuen Produkten und Dienstleistungen sorgen sie am gesamten Wirtschaftsstandort für Schwung – und im besten Fall auch für Ausbildungs- und Arbeitsplätze.

Damit ihre Ideen wachsen können, brauchen sie ein gutes Gründungsklima: eine gut strukturierte Förderlandschaft, starke Netzwerke, exzellente Beratung, unkomplizierte Verwaltungswege und vor

allem auch Raum. Dazu gibt es sicher schon gute Rahmenbedingungen in Rheinland-Pfalz. Dafür zu sorgen, dass sich alle Punkte weiter verbessern, ist eine Daueraufgabe. Hier bleiben wir als Industrie- und Handelskammern im Dialog mit der Politik und am Ball.

Schließlich gibt es allein in Rheinhessen aktuell im Bereich der Biotechnologie eine Reihe von Start-ups, die dringend Laborflächen und Produktionskapazitäten brauchen. Das zeigt, wie wichtig es ist, dass das seit zwei Jahren geplante Biotechnologiezentrum in Mainz endlich vorankommt – und bis dahin alle Möglichkeiten genutzt werden, um Alternativen anzubieten. Vor allem darf der Dialog mit den Start-ups nicht abreißen.

Schließlich soll unser Gründungsland auch zum nächsten Geburtstag der Starterzentren wieder Grund zum Feiern haben.

Günter Jertz

HAUPTGESCHÄFTSFÜHRER
DER IHK FÜR RHEINHESSEN



22 Die Starterzentren feiern in diesem Jahr ihren 20. Geburtstag. Passend dazu scheint die Zahl der Gründungen trotz höherer Energiepreise, Lieferkettenproblemen und Fachkräftemangel wieder zuzunehmen – die Suche nach Gründen.

Bis 2025 soll das Großprojekt „Lu“ vollendet sein. Die Besucher erwartet ein Angebot aus Handel, Genuss und Kultur – ganz nach dem Motto „Abwechslung statt Monotonie“.

14



Menschen & Unternehmen

- 04 CONTEAM Der Blick von oben
- 05 SLEE MEDICAL Neuer Sitz in Nieder-Olm
- 06 KÜBELDIENST CHRIST und OMPRO feiern 75-jähriges Bestehen
- 07 GANZIMMUN DIAGNOSTICS baut großes Labor
- 08 BIONTECH Mainzer treiben Covid-19-Impfstoffstrategie weiter
- COMMERZBANK Neuer Niederlassungsleiter in Mainz
- RENOLIT SE gründet Recycling-Joint-Venture
- 09 BARTENBACH Sebastian Hardieck ist neuer Kreativchef
- 10 MAINZER MEDIENPREIS Auszeichnung für Dr. Annette Ludwig
- BUBEN & MÄDCHEN startet neue Plattform
- 11 WOHNSCHEUNE jetzt auch in Ingelheim und Mainz
- RPR1 baut Regional-Nachrichten aus
- 12 FAVORITE PARKHOTEL Mainzerin wird „Pâtissière des Jahres“
- THELEN – Sigrid Döring feiert 50 Jahre im Betrieb
- BOEHRINGER startet Partnerschaft für Hunde-Onkologie

Standortpolitik

- 14 Großprojekt „Lu“ im Aufbruch
- 16 #GemeinsamBewegen: Interview mit FIEGE-Niederlassungsleiter Michael Suden
- 18 IHK macht Tempo für neue Gewerbegebiete in Mainz
- 19 Wirtschaft fordert ÖPNV-Initiative
- 20 „Heimatshoppen“: Rheinhessen shoppt regional

Titel

- 22 Entwicklung des Gründungslandes Rheinland-Pfalz
- 26 „Fehlende Selbreflektiertheit ist eine Gründer-Krankheit“
- 28 Gründungserfahrungen mit mehr als 20 Jahren Abstand
- 30 Nachfolge – „Man muss sich fünf Jahre Zeit nehmen“

IHK

- 32 IHK-Verdienstmedaille für Stefan Hüppe: „Es ist schwer, gegen die Bildungspolitik anzukommen“
- 34 Start-up-Beach: Strandfeeling in der Mainzer Innenstadt



Rap-Artist Nils Zeizinger sorgt beim Azubi-Festival 2022 für den passenden Ton: Ende Juli wurden in bundesweit einzigartigem Rahmen die IHK-Abschlusszeugnisse überreicht.

40

Unternehmensgründung & Unternehmensförderung

- 36 Die sozialen Medien als Umsatz-Motor
- 38 Kongress zur digitalen Realität
- 39 nexxt-change Unternehmensbörse

Aus- und Weiterbildung

- 40 Azubi-Festival 2022 – Eindrücke und Stimmen
- 43 Mit der Mainzer Jobmesse Arbeits- und Fachkräfte gewinnen

Innovation und Umwelt

- 44 „Ohne Gas funktioniert es nicht“

International

- 46 Soforthilfe für Wiederaufbau in der Ukraine
- 48 Impressum

KONTAKT

IHK Dienstleistungszentren

E-Mail: service@rheinessen.ihk24.de

Mainz

Schillerplatz 7, 55116 Mainz
Telefon: 06131 262-0

Bingen

Mainzer Straße 136, 55411 Bingen
Telefon: 06721 9141-0

Worms

Rathenaustraße 20, 67547 Worms
Telefon: 06241 9117-3

Report

Wirtschaftsmagazin der Region Rheinhessen
Melanie Dietz
Telefon: 06131 262-1005
presse@rheinessen.ihk24.de

Starterzentrum

Lisa Haus
Telefon: 06131 262-1703
lisa.haus@rheinessen.ihk24.de

Ausbildungshotline

Telefon: 06131 262-1608

Weitere Kontakte:

rheinessen.ihk24.de

GEZIelt INFORMIERT

Teilen Sie uns Ihre Interessen mit und Sie erhalten gezielt Informationen und Einladungen per Mail:

rheinessen.ihk24.de/news

INDEX

Über diese Unternehmen lesen Sie im redaktionellen Teil:

8devs GmbH (28), anytips (26), BARTENBACH AG (9, 25, 28), BioNTech SE (8,18), Boehringer Ingelheim Pharma GmbH & Co. KG (12), Buben & Mädchen GmbH (10), Commerzbank-Mittelstandsbank Rheinland-Pfalz (8), Conteam GmbH (4), e3N GmbH & Co. KG (22), EWR AG (40), Fahrrad XXL Franz (40), Favorite Parkhotel (12), Fiege Logistik Stiftung & Co. KG (16), GANZIMMUN Diagnostics GmbH (7), Greven Medien GmbH & Co. KG (36), HDI (40), J. Molitor Immobilien GmbH (14), jules'Box (25), Karrié Projektentwicklung GmbH & Co. KG (7), Mainzer Kübeldienst Christ OHG (6), Mainzer Stadtwerke AG (40), Möbel vom Gutshof GmbH & Co. KG (30), ompro GmbH & Co. KG (6), Rahlfs Immobilien GmbH (7), RENOLIT SE (8), Rhenser Mineralbrunnen GmbH (40), RPR1 (11), sapite GmbH (40), Scherer Automobil Holding GmbH & Co. KG (40), Schott AG (40,44), SLEE medical GmbH (5), Sobernheimer Rohstoff Kontor GmbH (8), Sparda-Bank Südwest eG (40), Sparkasse Rhein-Nahe (14), Thelen GmbH & Co. KG (12), VRM GmbH & Co. KG (40), Wohnscheune (11), ZDF (40)

COVER

Foto: stock.adobe.com
Gestaltung: LOTS OF DOTS MediaGroup. AG

Der Blick von oben

Die Mainzer Conteam-Gruppe ist ein „Hidden Champion“ – und rät Unternehmen, antizyklisch gerade jetzt in Marketing zu investieren.



Damit Geld verdienen, dass andere Geld verdienen, ist ein verbreitetes Geschäftsmodell. Im Bereich der Marketingagenturen hat die Conteam-Gruppe es zu einem Erfolg gebracht. Das über 100 Mitarbeiter starke Unternehmen zählt sich selbst zu den „Hidden Champions“ in Mainz, und das mit guten Gründen: Als größte inhabergeführte Agentur im Mainzer Raum rangiert die 1986 ins Leben gerufene GmbH laut „W&V Big 50“-Ranking unter den Top-20 deutschlandweit.

Conteam entwickelt Werbekampagnen für die digitale Welt und Maßnahmen zur Verkaufsförderung für Händler vor Ort. Das Besondere: Als Gruppe organisiert, bündeln verschiedene Dienstleister ihre Angebote unter einem Dach. Das Spektrum reicht von Marktforschung über das Technologische bis zum Inhaltlichen. Elf Millionen Euro beträgt aktuell das jährliche Honorarvolumen. Mit rund 80 Mitarbeitern findet das Gros der Tätigkeiten in Mainz statt.

Worin besteht das Erfolgsrezept? „Unser Unternehmen hat die Chance, die Märkte von außen zu betrachten“, sagt David Eicher, geschäftsführender Gesellschafter. Vor dem abgegriffenen Begriff einer ganzheitlichen Herangehensweise schreckt man beim Conteam zurück, doch im Grunde geht es genau darum. Eicher spricht lieber vom „Gesamtüberblick“. „Die Betriebe müssen sich um ihre eigenen Kunden und Märkte kümmern. Aber was kommt auf sie zu? Das muss die Agentur besser wissen als der Kunde.“

Digitaler Raum als Arbeitsfeld

Daher setzt die Gruppe auf Expertise. „Wir haben es immer geschafft, uns an die veränderte Marktsituation anzupassen“, sagt Frank Müller, der Chef der Conteam-Gruppe. Wurden vor drei Jahrzehnten noch in großem Umfang Materialien gedruckt, so ist längst der digitale Raum das Arbeitsfeld. Was das Thema Markterforschung und -beobachtung angeht, wird nicht auf den Kundenauftrag gewartet. Mit Recherchen und Erhebungen ist das Unternehmen selbst aktiv, um immer auf dem Laufenden und idealerweise schon einen Schritt weiter zu sein.

Ein wichtiger Punkt: „Die intrinsische Motivation interessiert uns mehr als die demografischen Daten“, sagt Eicher. Es gehe Conteam darum, den Wünschen und Interessen der Kunden seiner Kunden nachzuspüren. Dabei wird auch das Dienstleistungsportfolio immer wieder hinterfragt, beispielsweise hinsichtlich Beratung und Coaching. Als Kernproblem hat sich zuletzt die Frage entpuppt, wie die Unternehmen ihr Personal finden. Auch deshalb ist die Conteam-Gruppe jüngst bei der Frankfurter Agentur herrschmidt eingestiegen. „Dort ist man besonders stark bei Kampagnenentwicklung und digitaler Ausspielung“, betont Eicher. Was die Präsentation angeht, sind die Bereiche Bewegtbild, Podcast und Data-Management aktuell besonders relevant. „Da sind wir gerade in Gesprächen mit potenziellen Partnern“, sagt der Geschäftsführer. „Als ich vor 22 Jahren hier angefangen habe, war mein Bestreben sofort, ein Netzwerk zu entwickeln“, erzählt Müller, „man kann nicht immer alles selbst anbieten.“ Sich zu diversifizieren, dürfe nicht an der eigenen Eitelkeit scheitern.

Bei der Kundenakquise hält der Geschäftsführer fest: „Die goldenen Jahre sind vorbei.“ Die wirtschaftliche Lage sei spürbar, bei Budgetdruck werde schnell an Marketing und Kommunikation gespart. „Dabei soll man ja antizyklisch investieren“, wirbt Eicher. Gerade beim Thema digitale Sichtbarkeit, das schlagartig wichtig geworden ist, handle es sich um eine derart kleinteilige Angelegenheit, dass der Überblick einer Agentur gut tue.

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST

SLEE MEDICAL Neuer Sitz in Nieder-Olm

Die Slee medical GmbH, 1954 von Kenneth Slee als Unternehmen für Präzisionstechnologie gegründet, hat im Juni die Einweihung ihrer neuen Unternehmenszentrale in Nieder-Olm gefeiert. Nach dem Umzug im vergangenen Jahr war die Feier coronabedingt auf dieses Jahr verschoben worden.

In dem neuen Gebäude bezieht Slee die erforderliche Energie ausschließlich über die eigene Fotovoltaikanlage. Bereits seit 1963 ist das Unternehmen auch in Deutschland tätig und stellt medizinische Produkte her, welche in Laboren für den Bereich der Histopathologie eingesetzt werden. Angeboten werden sowohl Laborgeräte wie Gewebereinbettter, Kryostate und Zentrifugen ebenso wie Labormaterialien.

GEZIELT INFORMIERT



Teilen Sie uns Ihre Interessen mit und Sie erhalten gezielt Informationen und Einladungen per Mail:

 rheinhessen.ihk24.de/news

HALLEN

Industrie | Gewerbe | Stahl



PLANUNG

PRODUKTION

MONTAGE



Wolf System GmbH
 94486 Osterhofen
 Tel. 09932 37-0
gbi@wolfsystem.de
www.wolfsystem.de



BUSINESS- INTERNET MIT GLASFASER- POWER

FÜR MAINZ UND DIE REGION



INTERNET



ETHERNET



WLAN



CLOUD

www.mainzer-breitband.de



KÜBELDIENST CHRIST Entsorgungsbetrieb feiert 75-jähriges Bestehen

Gemeinsam haben die Mainzer Kübeldienst Christ OHG und ihr Nachbar, die ompro GmbH & Co. KG, im Gewerbegebiet „Am Hemel“ in Mainz-Gonsenheim 75-jähriges Bestehen gefeiert. 1945 kaufte Ludwig Christ seinen ersten gebrauchten Lkw mit Anhänger. Zwei Jahre später meldete er sein Gewerbe zur Abfallbeseitigung an und wirkte am Wiederaufbau der Stadt mit. Seine ersten 100 Abfallcontainer ließ Christ selbst zusammenschweißen und nannte sie „Kübel“. Seit den 70er Jahren ist

das Familienunternehmen an fast allen Großprojekten und Sanierungen in und um Mainz beteiligt. 1997 brachte der Kauf eines Mainzer Entsorgungsunternehmens verbesserte Voraussetzungen für den sprunghaft gewachsenen Investitionsbedarf zur Ökologisierung der Abfallwirtschaft. Der zertifizierte Entsorgungsbetrieb wird in dritter Generation von Andreas Christ weitergeführt. Mit Steven Martinez (geb. Christ) steht die vierte Generation in den Startlöchern.



Gemeinsame Feier mit IHK-Hauptgeschäftsführer Günter Jertz und Oberbürgermeister Michael Ebling.



Lkw zur Abfallentsorgung Anfang der 1950er, 1970er Jahre und heute.

Fotos: Kübeldienst Christ



Foto: Stefan Sämmer

OMPRO Mainzer Großhändler feiert Jubiläum und setzt auf Nachhaltigkeit

Die ompro GmbH & Co. KG, bis zum Jahr 2020 noch unter dem Firmennamen „Oehl“ bekannt, ist als Großhandel für Reinigungs- und Pflegemittel, Hygiene- und Industriebedarf tätig und wird im Jubiläumsjahr ihres 75-jährigen Bestehens als Familienunternehmen in der dritten Generation geführt. Josef-Wilhelm Oehl betrieb in Gonsenheim einen Handel mit Schmierstoffen

und Chemieprodukten. Hans Jürgen Oehl erweiterte das Sortiment. Die dritte Generation unter der Leitung von Eric Oehl ist Partner für viele Mainzer Unternehmen, städtische Betriebe, Behörden, Schulen und Kindergärten sowie der Industrie. Geschäftsführer Eric Oehl will in Zukunft vor allem auf nachhaltige und umweltfreundliche Produkte setzen.



Lagerhalle auf dem alten Kasernengelände in Gonsenheim 1981, erste eigene Lagerhalle am aktuellen Standort in Mainz-Gonsenheim 1998 und der aktuelle Standort mit Neubau von 2017.

Fotos: Ompro

GANZIMMUN DIAGNOSTICS Mainzer Life-Science-Unternehmen baut großes Labor

Als Auftakt zu einem neuen Biotech-Standort am Mainzer Lerchenberg entsteht für die bislang in Mainz-Bretzenheim ansässige Ganzimmun Diagnostics GmbH ein modernes Laborgebäude. Direkt gegenüber dem VRM-Medienhaus wird ein humanmedizinisches Labor gebaut, das Therapeuten aller Fachrichtungen ein umfassendes Analysespektrum zur Verfügung stellen soll. Auf dem 8.000 Quadratmeter großen Grundstück werden 7.000 Quadratmeter Fläche für Labor-, Büro- und Praxisräume geschaffen. Das Vorhaben wird realisiert von der KPE Projekt Lerchenberg GmbH, hinter der die Unternehmen Karrié Projektentwicklung und Rahlfs Immobilien stehen. Ganzimmun hat einen 20 Jahre laufenden Mietvertrag unterschrieben und will 2024 einziehen. In unmittelbarer Nachbarschaft befinden sich sieben weitere Baufelder. Ganzimmun-Geschäftsführer Dr. Patrik Zickgraf setzt auf weitere Ansiedlungen aus dem Life-Science-Sektor.



Foto: Ganzimmun Diagnostics GmbH



**BESTER SERVICE
FÜR IHRE
ZUFRIEDENHEIT**

UNSERE DIENSTLEISTUNGEN

- Glasreinigung
- Fassadenreinigung
- Grundreinigung
- Unterhaltsreinigung
- Baureinigung
- Krankenhausreinigung
- Desinfektionsreinigung
- Hausmeisterdienste
- Photovoltaikreinigung
- Großküchenreinigung
- Spüldienste
- Reinigung von RLT-Anlagen

**WIR SIND
FÜR SIE DA IN**

Alzey-Worms · Frankfurt
Ingelheim · Kaiserslautern
Neunkirchen / Saarland
Biberach a.d. Riß
Freiburg i. Br.

GEG GEBÄUDEDIENSTE GmbH

Friedrichstraße 11
55237 Lonsheim

Tel.: 0 67 34 / 91 57 0
Fax: 0 67 34 / 91 57 77

info@geg-online.de
www.geg-online.de



Foto: Biontech



BIONTECH Mainzer treiben Covid-19-Impfstoffstrategie weiter

Gemeinsam mit ihrem amerikanischen Partner Pfizer führt die Mainzer Biontech SE eine neue Phase-2-Studie zur Untersuchung von Sicherheit, Verträglichkeit und immunisierender Wirkung eines neuen mRNA-Impfstoffkandidaten durch. Das Mittel soll zur Covid-19-Impfung eingesetzt werden. Ein verbessertes Spike-Protein wurde mit dem Ziel angepasst, den Umfang sowie die Breite der Immunantwort zu erhöhen, um den Schutz vor einer Corona-Erkrankung zu verbessern. Es handelt sich um den ersten einer Reihe von Impfstoffkandidaten mit einem erneuerten Design. An der Studie in den USA nehmen rund 200 Teilnehmer teil.

Foto: Renolit SE



Gründung Joint Venture KAS GmbH, von links nach rechts: Sven Behrendt (Vorstand Renolit), Christian Krönig (SRK), Arndt Ehrlich (Renolit) und Gerald Reinisch (Renolit).

COMMERZBANK Henning Quitzau ist neuer Niederlassungsleiter

Henning Quitzau hat als Niederlassungsleiter das Firmenkundengeschäft bei der Commerzbank-Mittelstandsbank Rheinland-Pfalz übernommen. Er folgt auf Jürgen Schmieding. In seiner neuen Funktion verantwortet der 54-Jährige den Bereich Firmenkunden in großen Teilen von Rheinland-Pfalz. Gemeinsam mit seinem Team kümmert er sich um mittelständische Firmenkunden, deren Jahresumsatz 15 Millionen Euro übersteigt. Schwerpunkte sind neben der Finanzierung auch Themen wie Währungsmanagement, Unternehmensnachfolge, internationales Geschäft, Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Nach seiner Ausbildung zum Bankkaufmann hat Quitzau in Mainz Rechtswissenschaften studiert und sein juristisches Referendariat am Landgericht Koblenz absolviert. Vor 25 Jahren zog es ihn zurück ins Bankgeschäft. In der Commerzbank war er unter anderem im Kreditrisikobereich und in der Unternehmensfinanzierung tätig.



RENOLIT SE Folienspezialist gründet Recycling-Joint-Venture

Der international tätige Folienspezialist Renolit SE und das Recyclingunternehmen Sobernheimer Rohstoff Kontor GmbH (SRK) haben ein Joint Venture namens Kunststoffaufbereitung Bad Sobernheim GmbH (KAS) gegründet. Die langjährigen Geschäftspartner wollen gemeinsam aus Produktionsabfällen stammende PVC-Rezyklate vertreiben. Renolit will auch dadurch die Kreislaufwirtschaft stärken und bis 2025 keine Reststoffe aus der Produktion mehr an Externe verkaufen. „Durch das Joint Venture erhöhen wir unsere Recyclingkapazitäten für PVC, um damit mehr Wertstoffe in unseren Produktionskreislauf oder den Dritter zurückführen zu können“, erläutert Arndt Ehrlich, Leiter der Abteilung Renolit Goes Circular. SRK bringe energieeffiziente Recyclingtechnologien, die notwendige Logistik und Erfahrung mit der Aufbereitung sortenreiner Polymere aus Produktionsausschuss ein.

BARTENBACH Sebastian Hardieck ist neuer Kreativchef

Foto: Bartenbach



Neues Führungsduo bei Bartenbach: Tobias Bartenbach (links) und Sebastian Hardieck.

Die Mainzer Kommunikationsagentur Bartenbach hat Sebastian Hardieck als neuen Chief Creative Officer (CCO) vorgestellt und freut sich über einen „echten Coup“. Man habe „einen der Top-Kreativen Deutschlands“ gewinnen können. Hardiecks Kampagnen, unter anderem für Afri Cola, Cinemaxx, Mars/Wrigley, Bayer, Pepsi, smart und Henkel Schwarzkopf, erhielten bei internationalen Kreativwettbewerben mehr als 500 Auszeichnungen.

„Nach 20 erfolgreichen Jahren auf der nationalen und internationalen Werbebühne bei den größten Agenturen und einem kurzen Intermezzo als Selbstständiger freue ich mich jetzt auf den Neustart in der Boomtown Mainz“, sagt Hardieck. „Gemeinsam starten wir nun in eine ganz neue Phase“, kündigt Gründer und Agenturinhaber Tobias Bartenbach an. Die AG, die in Mainz rund 90 Mitarbeiter beschäftigt, zieht im Herbst an den Zollhafen um.

Mit dem auf Automatisierung spezialisierten Hightech-Unternehmen Pepperl+Fuchs hat Bartenbach einen namhaften Neukunden gewonnen. Im Fokus liegt ein neues, hybrides Veranstaltungsformat.



Umzug?

Wir bieten Lösungen!



Höhne-Grass GmbH

- ✓ Firmenumzüge
- ✓ Privatumzüge
- ✓ Lagerung/ Self-Storage
- ✓ TÜV-zertifiziert






Johannes-Kepler-Str. 16, 55129 Mainz | Tel.: 06131-959880 | www.hoehne-umzug.de | www.sb-lagerhaus.de

Offizieller Umzugspartner





MAINZER MEDIENPREIS Frühere Chefin des Gutenberg-Museums ausgezeichnet

Die Direktorin der Direktion Museen in der Klassik-Stiftung Weimar, Dr. Annette Ludwig, erhält nach einstimmigem Votum der Findungskommission den Mainzer Medienpreis für nachhaltiges Wirken. Die Museumsmanagerin und promovierte Kunsthistorikerin leitete das Mainzer Gutenberg-Museum in den vergangenen zwölf Jahren.

Der Festakt findet am 18. November im Mainzer Dom statt. Die Laudatio wird ZDF-Chefredakteur Dr. Peter Frey halten. Nach Herbert Bonewitz, Jürgen Klopp, Gundula Gause, den Mainzer Hofsängern und

Professor Gerhard Trabert ist Ludwig die sechste Preisträgerin. Die Jury honoriert, dass Ludwig dem Gutenberg-Museum internationale Aufmerksamkeit bescherte, das Profil eines Weltmuseums der Druckkunst entwickelt hat und einen konsequenten Innovationskurs gegangen ist.

BUBEN & MÄDCHEN Mainzer Agentur startet neue Plattform

Um eine Kultur der Anerkennung als Teil der Unternehmensstrategie aufzubauen, bietet die Mainzer Agentur Buben & Mädchen Unternehmen die Plattform „HeartPoints“ an. Auf diese Weise soll Wertschätzung für Mitarbeiter in den Führungsalltag integriert werden. Die Idee ist, dass digitale Punkte

gesammelt werden, die in reale Sachprämien eingetauscht werden. Geschäftsführerin Janet Zscheschang verspricht sich davon auch mehr Mitarbeiterbindung, die in Zeiten des Fachkräftemangels von immer größerer Bedeutung ist. Bei „HeartPoints“ können Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unterein-

ander beispielsweise für schnelle Hilfe, komplizierte Auswertungen oder zündende Ideen per App „Danke“ sagen, auch versehen mit einer persönlichen Nachricht. Gibt der Vorgesetzte dieses Dankeschön frei, werden die Punkte gutgeschrieben.





Jens Zeller in seiner Wohnscheune 2.0 in Ingelheim

WOHNSCHEUNE Deko-Geschäft jetzt auch in Ingelheim und Mainz

Seit 2014 betreibt Jens Zeller sein Dekorationsgeschäft „Wohnscheune“ in Gau-Algesheim. Zu Jahresbeginn hat der Jung-Unternehmer die „Wohnscheune 2.0“ in der Ingelheimer Stadtmitte eröffnet. Angeboten werden neben Deko-Artikeln auch Feinkost, Mode, Schmuck und originelle Geschenke. Kürzlich erweiterte der 28-Jährige seinen Radius in die Landeshauptstadt und eröffnete im ehemaligen Conceptstore „Fuchs & Bente“ in der Gaustraße seine „Wohnscheune 3.0“. „Wir fangen stets mit einem gewissen Sortiment an und sind dann offen und flexibel für neue Produkte und Firmen“, sagt Zeller, der nach eigenen Angaben während der Corona-Pandemie seinen Kundenstamm sogar vergrößern konnte, unter anderem mit Online-Vermarktung und einem Automaten für „Geschenke to Go“.

RPR1 Radiosender baut Regional-Nachrichten aus

Der Radiosender RPR1 verstärkt seine Nachrichtenredaktionen und baut die regionale Berichterstattung aus. Der Marktführer der privaten Hörfunksender in Rheinland-Pfalz will mehr Inhalte aus den Regionen und, an herausgehobener Stelle, positive Nachrichten aus dem Land präsentieren. Die Kunden würden sich Information von vor Ort wünschen, sagt Programm-Geschäftsführerin Valerie Weber. Eingesetzt werden so genannte Rheinland-Pfalz-Reporter in den Nachrichtenredaktionen in Ludwigshafen, Koblenz, Mainz, Trier und Kaiserslautern.



Planen
Realisieren
Service

Modul- und Containerbau

Container

Stahlbau

Jetzt anfragen!

067 51 4035
info@novocont.de
www.novocont.de

Novocont. Räume mit System.

Optimales Preis-
Leistungsverhältnis.
Mit Garantie.

click2style

ergonomie & design im büro

Steigern Sie die Leistung im Unternehmen,
am Arbeitsplatz, im Konferenzraum
durch aktiv dynamisches Arbeiten

Jetzt Kontakt aufnehmen

www.click2style.com | info@click2style.com | 06136 7664857

FAVORITE PARKHOTEL Mainzerin wird „Pâtissière des Jahres“

Foto: Favorite Parkhotel



Das Gourmet-Magazin Gault Millau hat Larissa Metz vom Favorite Parkhotel in Mainz als „Pâtissière des Jahres“ ausgezeichnet. Ebenso wurde das Team unter Küchenchef Tobias Schmitt im Gourmet-Restaurant mit drei Gault Millau Hauben belohnt. So heißt es im Guide für Feinschmecker und Genießer: „Das großartige Dessert der noch keine 30 Jahre alten Larissa Metz, unserer Pâtissière des Jahres ... leicht, modern und klassisch zugleich. Ein Grund mehr für die dritte Haube!“, so der Gault Millau. Nach ihrer Lehre als Konditorin und dem Abschluss als Konditormeisterin ist das Favorite Restaurant Larissa Metz erste Gourmet-Station in der Restaurant-Szene.

THELEN – Sigrid Döring feiert besonderes Jubiläum

Seit dem 1. August 1972 und damit über einen Zeitraum von fünf Jahrzehnten ist Sigrid Döring Mitarbeiterin der Firma Thelen, dem Energiehandelsunternehmen in Mainz. „An mein Vorstellungsgespräch mit Friedrich Thelen, meinem damaligen Chef, erinnere ich mich genau. Ich war gerade mal 14 Jahre alt. Er saß hinter seinem großen Schreibtisch, was mich sehr ehrfürchtig machte.“ Sie begann ihre dreijährige Ausbildung zur Großhandelskauffrau und wurde nach erfolgreicher Prüfung in unterschiedlichen Bereichen des Rechnungswesens eingesetzt: Faktura, Zahlungsverkehr, Debitoren-, Kreditoren- und Mengenverwaltung prägten ihren Arbeitsalltag. Während und nach zwei Mutterschaftszeiten blieb sie dem Unternehmen als „Allzweckwaffe“ in der Verwaltung, beim Verkauf und zur Unterstützung der Geschäftsleitung erhalten. „Die Ehrfurcht aus dem Vorstellungsgespräch ist gewichen“, sagt die Jubilarin. „Geblichen sind Respekt, Vertrauen und ein gutes familiäres Verhältnis, was bis heute zu den beiden Söhnen, meinen heutigen Chefs, besteht.“

Dies empfinden die Brüder Klemens und Thomas Thelen genauso. „Geprägt von ihrer positiven Lebenseinstellung und menschlichen Wärme hat sich Sigrid Döring immer voller Elan sowohl fürs Unternehmen als auch die Kollegen eingesetzt.“



Foto: Thelen GmbH & Co. KG

BOEHRINGER Partnerschaft für Hunde-Onkologie gestartet

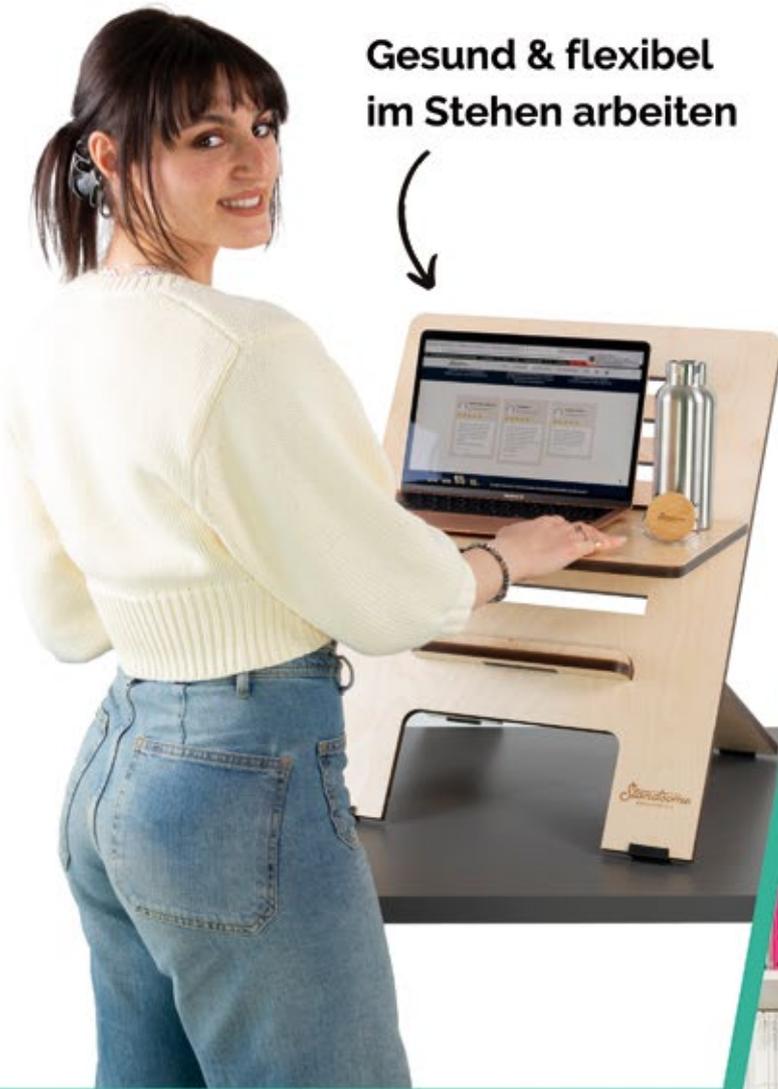
Das Pharmaunternehmen Boehringer Ingelheim, das im Bereich Tiergesundheit weltweit führend ist, und CarthroniX, ein biopharmazeutisches Unternehmen aus den USA, haben eine Forschungskooperation geschlossen. Gemeinsames Ziel ist die Verfolgung von Therapieansätzen im Bereich Onkologie bei Hunden. Boehringer will eine ausgewählte Gruppe von Molekülen mit dem Ziel testen, ihre Wirkung bei Krebserkrankungen von Hunden zu bestimmen. „Krebs ist bei

Hunden die Hauptursache für krankheitsbedingte Todesfälle. Aktuelle Therapien sind häufig unspezifisch und weisen teilweise signifikante Nebenwirkungen auf. Aus diesem Grund suchen wir nach neuen potenziellen Therapieoptionen“, sagt Dr. Marlene Hauck, Leiterin des Bereichs Onkologieforschung bei Boehringer Ingelheim Tiergesundheit.

Standsome. Dein Stehschreibtisch aus Mainz.

Standsome
WORKLIFESTYLE

**Gesund & flexibel
im Stehen arbeiten**



Bereit für den

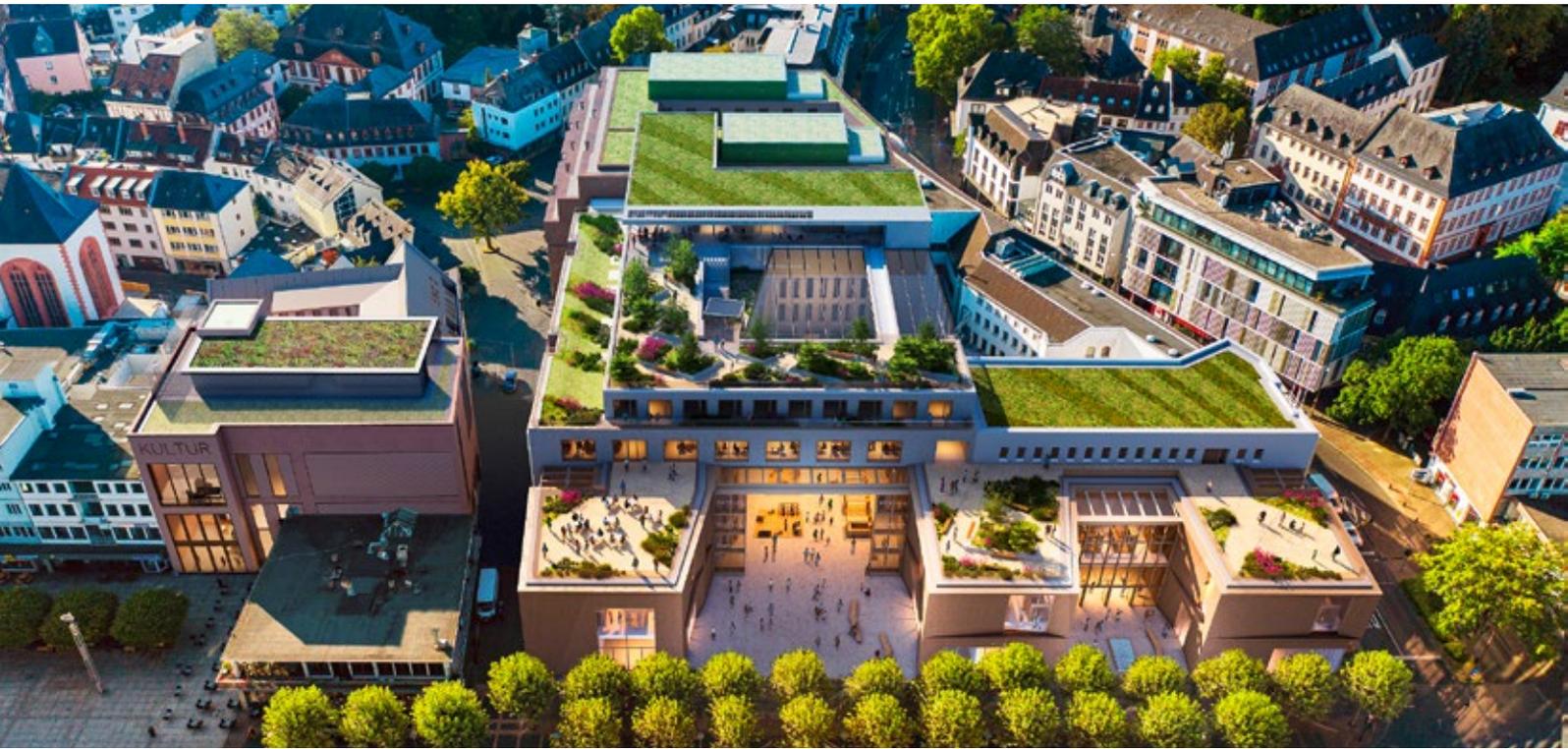
Home-Office Herbst?

Schluss mit Rückenschmerzen: Der Standsome Stehschreibtisch fördert eine aufrechte Haltung und macht Dich langfristig gesünder. Egal ob im Home-Office, Büro oder Coworking Space – der Standsome steht Dir bei allen Herausforderungen zur Seite und stärkt Dir im Alltag den Rücken.

Mehr Infos auf: standsome.com/ihk/



ab **149€**



„Lu“ im Aufbruch

Die Abbruch- und Bauarbeiten sind im Gange. 2025 soll, wenn alles planmäßig verläuft, das Großprojekt Mainzer „Lu“ vollendet sein. Einkaufen und Verweilen für Einheimische und Touristen, Wohnen und Gewerbe, Sport und Genuss, das alles umfasst das Vorhaben in der Ludwigsstraße, das die J. Molitor Immobilien GmbH aus Ingelheim und die Sparkasse Rhein-Nahe vorantreiben. Dafür wird eine dreistellige Millionen-Summe investiert.

Mehr Geschäftsfläche für die Innenstadt? Es fehlt nicht an skeptischen Stimmen. Die Molitor-Geschäftsführer Tina Badrot und Tim Gemünden halten dagegen: „Die Leerstandsquote in Mainz liegt unter dem Schnitt, da klaffen Fremd- und Selbstwahrnehmung auseinander. Und die Bevölkerungsstruktur entwickelt sich für den Handel positiv.“ Die Einwohnerzahl steigt, der Altersschnitt liegt rund drei Jahre unter Land und Bund – nicht zuletzt weil die Landeshauptstadt Uni- und Hochschulstandort ist. Und der Standort zwischen Schillerplatz, Staatstheater und Dom könnte attraktiver kaum sein.

„Die große Mall in der Innenstadt ist nicht zukunftsfähig“, stellt Badrot fest, „Laden an Laden zu ketten, ist auch nicht nachhaltig. Wir wollen den Einkaufsstätten etwas an die Seite stellen, das Aufenthaltsqualität schafft.“ Gegenüber der aktuellen Nutzung im Karstadt-Altbau sinkt die Zahl der mit Geschäften bestückten Quadratmeter deutlich. Auch, weil die Architektur eine ganz andere sein wird. Sie richtet sich nach den drei als gleichwertig gedachten Säulen des Projekts: Auswahl (also Handel), Genuss und Kultur. Sie sollen als großes Ganzes gedacht werden, ein verantwortlicher Ansprechpartner muss noch gefunden werden.

Vier-Sterne-Hotel auf dem Parkhaus

Einer Studie zum lokalen Einzelhandel zufolge werde am Brand eher der „Mainstream“ bedient und in der Römerpassage der „Lower Mainstream“. Die „Lu“ soll als Premium- und „Upper Mainstream“-Standort etabliert werden. „Da fehlt etwas – die Lücke wollen wir schließen“, sagt Gemünden. „Hier finden Auswahl, Genuss und Kultur zusammen. Abwechslung statt Monotonie“, lautet das Konzept, das den Radius der Kundschaft deutlich über die Stadtgrenzen hinaus denkt.

Ein neues, auf dem bestehenden Parkhaus errichtetes Vier-Sterne-Hotel mit rund 170 Zimmern soll von der Nähe zu den wichtigsten Sehenswürdigkeiten der Stadt profitieren und Frequenz bringen. Tagesbesucher aus dem Umland sollen Shopping und Freizeitgestaltung verbinden können, bis zum abendlichen Getränk auf der Dachterrasse. Man muss nicht von Geschäft zu Geschäft hetzen, sondern kann verweilen und bekommt seine Einkäufe nach Hause geliefert.

Die Handelsfläche umfasst rund 10.000 Quadratmeter – ein Drittel dessen, was auch schon diskutiert worden war – und ist direkt mit dem grundsanierten Parkhaus mit dann rund 320 Stellplätzen samt 15 Car-Sharing-Plätzen verbunden. 350 Abstellmöglichkeiten für Fahr- und Lastenräder sollen geschaffen werden, zuzüglich eines Leihangebots. „Wir sind in guten Gesprächen mit einem Ankermieter“, teilt Badrot mit. Eine Lücke im innerstädtischen Handel wurde beim Thema Sport ausgemacht, das Spektrum der rund zehn Geschäfte soll aber deutlich größer sein.

Einkäufe nach Hause liefern lassen

Ein Pfund in puncto Einkaufskomfort soll das Logistik-Drehkreuz „Cityhub“ werden. „Innenstadt genießen, ohne Tüten zu schleppen“, versprechen die Macher. Wer mit den öffentlichen Verkehrsmitteln, zu Fuß oder per Fahrrad anreist, kann sich die Einkäufe nach Hause liefern lassen. Oder auch ans Parkhaus, um vorher noch ein Konzert oder Restaurant zu besuchen. Neugierig macht auch die „Pop-Up-Halle“, die mit 5400 Quadratmetern einen Gutteil der Handelsfläche ausmacht. Hier sollen sich Händler im Wechsel präsentieren können, auch saisonal gedacht.

„Das Cityhub-Konzept würden wir gern auf den Einzelhandel in der gesamten Mainzer Innenstadt erweitern“, sagt Badrot. Die überaus konstante Besetzung der Geschäfte in der Neuen Mitte in Ingelheim habe auch mit dem Thema Bequemlichkeit für die Kunden zu tun. Das Thema Verkehr ist in Mainz ein politisch sehr sensibles. „Das Ganze muss erreichbar sein, ein paar Parkplätze sind wichtig. Und es muss so komfortabel sein, dass das Umfeld es auch annimmt“, hält Gemünden fest. Über den Anteil elektrifizierter Stellplätze sei noch zu entscheiden, die Grundlastfähigkeit für eine große Anzahl soll in jedem Fall hergestellt werden.

„Wenn man die Weißliliegasse zu- macht, hat ganz Mainz ein Problem“, spielt Molitor-Geschäftsführer J. Albrecht Graf von Pfeil auf die Bestrebungen einer autofreieren Innenstadt an. Die City müsse erreichbar sein, nicht nur für (Innen-)Städter. „Innenstadtberuhigung ja – aber mit einem schlüssigen Konzept zur Erreichbarkeit vor-

her“, fordert Badrot auch mit Blick auf die ÖPNV-Anbindung. „Und wir müssen mit der Stadt noch ein Konzept für die Fahrräder finden“, sagt Gemünden, der befürchtet, dass ansonsten die Schaufenster und Eingangsbereiche zugeparkt werden.

Pop-up-Halle und Konzertsaal

Zum Thema „Genuss-Quartier“ zählen zwei begrünte Dachlandschaften sowie Rooftop-Bar und -Restaurant über den Dächern der Altstadt, mit Blick auf den Dom. In der „Pop-Up-Halle“ sind, auf einem höheren Stockwerk, auch Streetfood-Stände vorgesehen. Was das Erscheinungsbild des Hauptgebäudes angeht, so werden die drei vorgesezten, erhöhten Pavillons weiterhin prägend sein, obgleich weiter nach hinten gerückt. Auch ein Wellness- und Fitnessbereich in den Obergeschossen samt Außenbereich ist vorgesehen. Die Dachterrasse auf dem mittleren Pavillon soll „ohne Konsumzwang“ für jedermann begehbar sein.

Die Kultur-Säule wird durch einen neuen, variabel zu füllenden Konzertsaal mit maximal 380 Plätzen bedient, der als Probe- und kleine Aufführungsbühne des Staatsorchesters, für Kammermusik sowie Kinder- und Jugend-Formate gedacht ist. Die zur Ludwigsstraße hin zu öffnende Fensterfront eignet sich für besondere Veranstaltungsformate. In der Pop-Up-Halle kann, bei offenem oder geschlossenem Hangar-Tor, ebenfalls mit flexibler Bühne Konzertantes oder Theatralisches angeboten werden.

Der Kultur-Bau soll von morgens bis abends in Verwendung sein, sagt Gemünden: „Das gilt für den gesamten Komplex. Hier soll nicht nur von nine to five Leben drin sein.“ Auf der Gebäude-Rückseite in der Fuststraße entstehen im Zusammenwirken mit dem Bistum Mainz zehn Mietwohnungen von zwei bis fünf Zimmern. Nachhaltigkeit spielt eine große Rolle, begonnen beim Beton-Recycling über Geothermie für die Grundlast, Solarenergie und Verdunstungskühlung bis zu Nisthilfen und Dachbegrünung.

In der Fuststraße haben im Juli die Abrissarbeiten begonnen. Nach archäologischen Grabungen soll der Hochbau in der ersten Jahreshälfte 2023 starten – sofern sich der Verdacht auf spektakuläre Funde nicht bestätigen sollte. Die Interims-Einrichtung „Lulu“ im ehemaligen Karstadt-Gebäude bleibt bis März 2023. Im Sommer kommenden Jahres ist mit der Baugenehmigung für den Hauptteil des Großprojekts zu rechnen. „Es gibt keinen denkbaren Sachverhalt, der nicht durch ein Gutachten abgedeckt wäre“, betont Gemünden. Die Abrissarbeiten sollen dann zügig beginnen.

Das Multi-Millionen-Vorhaben ist ein sehr regionales. Neben dem Ingelheimer Familienunternehmen und der ansässigen Sparkasse sind aus Mainz das Büro Faerber Architekten sowie die Landschaftsarchitekten Bierbaum und Aichele mit im Boot. Und wenn alles fertig ist? „Wir sind keine Bestandhalter“, sagt von Pfeil. Entwickeln und verkaufen ist der Plan.

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST

Fotos: J. Molitor Immobilien GmbH



„Die Infrastruktur in Mainz ist erschöpft“



Was braucht die Logistik in Rheinhessen, wie fällt die Beurteilung der Infrastruktur aus, wie steht es um die Elektrifizierung der Flotte und welche Perspektiven bietet die urbane Logistik? Michael Suden, Niederlassungsleiter der Fiege Logistik Stiftung und Co. KG in Worms, hat eine klare Meinung.

Wie steht es aus Sicht der Logistik um die regionale Infrastruktur?

Der Raum Worms ist seit mehr als 25 Jahren sehr interessant für Logistik. Das liegt an der Lage zwischen den beiden Metropolregionen, und es gab seinerzeit auch noch ausreichend Fläche und Mitarbeiter. Die Anbindung an die Autobahnen und die B9, die Nähe zum Flughafen, Bahnanschluss und Häfen bilden ideale Voraussetzungen. Die zweite Rheinbrücke, der Ausbau der B9 in Worms und der Stadtring samt Anbindung ins hessische Ried sind gut und notwendig. Wünschen würde ich mir mehr Rastmöglichkeiten für Lkw. Da finden teilweise Ausweichverkehre statt, die zu Beschwerden führen. Den Bedarf sieht man alltäglich, und es wird nicht besser.

Wie lauten die Prognosen hinsichtlich des Verkehrsaufkommens in der Logistik – mehr Straße?

Im Moment sieht es danach aus. Wir haben bei Fiege auch die Möglichkeit eines Gleisanschlusses, doch diese Option verliert an Attraktivität. Für die Zukunft erhoffen wir uns Verbesserungen, deshalb erhalten wir den Anschluss auch. Auf der Schiene sollten Infrastruktur und Leistungsvermögen zukünftig schon passen.

Wie bedeutsam sind für Sie die Themen Salzachtalbrücke und Mainzer Autobahnring?

Wir verfolgen die Themen, weil Mitarbeiter von uns betroffen sind. Das Verkehrsaufkommen rund um Mainz ist enorm, die Infrastruktur erschöpft. Da muss eine Entlastung her. Um den sechsspurigen Ausbau der A643 und die proaktive Sanierung der Brücken führt kein Weg vorbei, sonst erleben wir einen Verkehrskollaps, von dem niemand etwas hat. Der Personennahverkehr wird auch durch Homeoffice nicht weniger werden, und wir sind ein Transit-Land.

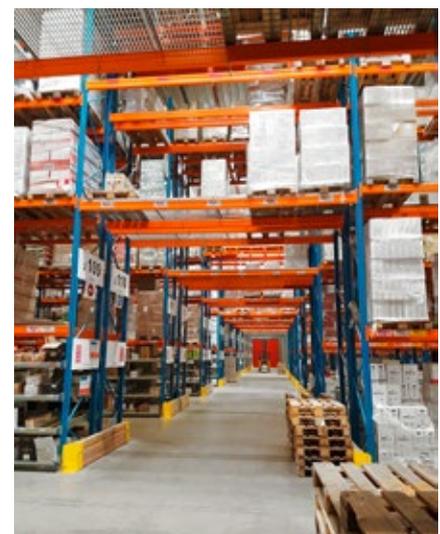
Wie steht es um die Elektrifizierung der Flotte?

Damit befassen wir uns, wobei wir mit Blick auf die Lkw gemeinsam mit Mainz, Worms und anderen Kommunen auch am Thema Wasserstoff dran sind. Wir sehen darin eine Investition in die Zukunft und die Nachhaltigkeit. Das fordern auch unsere Kunden. Und wir haben den eigenen Anspruch, möglichst CO₂-neutral zu agieren. An unseren Standorten bieten wir künftig auch Ladesäulen für Mitarbeiter-Pkw an, und wir wollen im Nahverkehr, wo es bezahlbar ist, stärker auf E-Mobilität setzen. Was die Lkw angeht, werden wir in absehbarer Zeit nicht zur Elektrifizierung kommen. Ich denke, da

geht es mit Wasserstoff schneller. Da gibt es einzelne Vorreiter-Firmen, ein Trend wird folgen. In den nächsten zwölf Monaten wird sich da einiges tun.

Worin bestehen für die Logistik derzeit die größten Wachstumsbremsen?

Vor allem im Flächenmangel. Wir sehen jetzt in der Krise wieder, dass viele Kunden sich bevorraten, aus Unsicherheit bei der Versorgung. Den Fachkräftemangel würde ich eher als Arbeitskräftemangel bezeichnen. Denn wenn ich Arbeitskräfte habe,





kann ich sie selbst qualifizieren. Daran fehlt es bereits. Wir haben derzeit 66 Auszubildende in acht Ausbildungsberufen allein in Worms. Das machen wir ganz egoistisch, um unseren eigenen Nachwuchs zu rekrutieren. Aber auch das wird immer schwieriger. Das Image der Logistik ist dabei ein wichtiges Thema. Wir müssen uns zeigen, in die Schulen gehen, werben, einladen. Und vernünftige, flexible Arbeitsbedingungen anbieten. Eigentlich müssen wir uns ja bei den möglichen Arbeitskräften bewerben.

Welche Prognosen haben Sie für die urbane Logistik in Mainz oder Worms?

Ich glaube, das ist nicht nur für Mainz und Worms ein Thema, sondern generell für Großstädte und Ballungsgebiete. In dicht besiedelten Räumen muss die Ver- und Entsorgung für Haushalte, Handels- und Produktionsstandorte gesteuert werden, um Verkehr und Emissionen zu reduzieren. Flächen- und Fahrermangel sind ein großes Problem. Konsolidierungszentren, die mit alternativen Antrieben gebündelt agieren, können die Verkehrslast verringern. Im Fernverkehr verfolgen wir diesen Ansatz durch Bündel-Transporte bereits im großen Stil. Für die Städte wird das ein zukunftsweisender Trend sein, wenn man sich darauf verständigen kann.

Welcher Weg ist der verheißungsvollere – zentrale, staatlich gesteuerte Umschalt- punkte oder privatwirtschaftliche Initiativen?

Die Unternehmen sollten selbst versuchen Lösungen zu entwickeln für die „letzte Meile“. Die Politik kann Vorgaben machen, sollte aber nicht steuernd eingreifen. Dann wird sich das beste Produkt durchsetzen, oder es gibt Verbände zwischen Firmen, die gemeinsam Lösungen suchen. In Berlin machen wir das bereits sehr erfolgreich als eigener Marktteilnehmer mit Terminvereinbarungen. Für das steigende Paketvolumen und das Wachstum im Onlinehandel braucht es Ansätze, sonst gibt es einen Transport-Kollaps.

Die Logistik ist gleichsam der Blutkreislauf einer vernetzten Welt. Wie geht es der Branche in Zukunft?

Die Branche wird es weiterhin geben, weil die Logistik die gesamte Wirtschaft am Leben erhält. Sie wird zukünftig eher noch wichtiger, weil man intelligenter vernetzen und die Vorteile der Digitalisierung nutzen kann, auch bei den Themen Verkehrsbelastung und Emissionen.

DAS INTERVIEW FÜHRTE TORBEN SCHRÖDER,
FREIER JOURNALIST

#GEMEINSAMBEWEGEN

Unter dem Titel #GemeinsamBewegen nimmt der IHK-Report in den kommenden Monaten die Logistikbranche in den Fokus und stellt in einer Serie unterschiedliche Schwerpunkte vor, welche die Branche bewegen. Nach dem Auftakt zum Thema Fachkräftemangel folgt der Fokus Infrastruktur.

Rundum-sorglos-Service

KÖNIG
IMMOBILIEN

Ein gutes Gefühl

06131 99510

„Keine Branche pauschal ausschließen“



Foto: stock.adobe.com

Die IHK für Rheinhessen macht Tempo für drei neue Gewerbegebiete, unabhängig von einzelnen Branchen – damit sich der Standort insgesamt weiterentwickeln kann.

Die möglichst rasche Ausweisung von drei neuen Gewerbegebieten im Mainzer Stadtgebiet hält die IHK für Rheinhessen für unverzichtbar. „Diese Flächen werden nicht nur mit Blick auf die Pläne eines Biotechnologie-Hubs dringend benötigt“, erklärt IHK-Präsident Peter Hähner: „Wir brauchen auch weitere Areale für kleine und mittlere Unternehmen anderer Branchen.“

Konkret macht sich die IHK für drei Gewerbegebiete stark: eine Fläche von 50 Hektar an der Saarstraße, bei der die Ansiedlung von Biotechnologie-Firmen Priorität haben soll. Zudem eine Fläche im Stadtteil Bretzenheim an der Essenheimer Straße in Richtung A 60 in einer Größenordnung von 20 Hektar sowie weitere 20 Hektar am Areal Forsthaus in Richtung Ober-Olm und damit an der Mainzer Stadtgrenze. „Dieses Gebiet könnte ein interkommunales Vorbildprojekt zwischen Ober-Olm und damit dem Kreis Mainz-Bingen sowie der Landeshauptstadt Mainz werden“, kommentiert IHK-Hauptgeschäftsführer Günter Jertz.

Zudem macht er deutlich, dass die Schaffung von Gewerbeflächen als „wirtschaftliche Daseinsvorsorge“ auch im Koalitionsvertrag der Mainzer Ampel im Stadtrat verankert ist. Noch vor der für Mainz historischen Ansiedlung von Biontech habe ein Gutachten ergeben, dass die Landeshauptstadt über einen Gewerbeflächen-Bedarf zwischen 77 und 90 Hektar verfügt. Dem könne mit der Ausweisung der drei Flächen Rechnung getragen werden. „Mit neuen, nachhaltig entwi-

ckelten Gewerbegebieten hat Mainz die Chance, sich als lebenswerter, zukunftsfähiger Wirtschaftsstandort zu positionieren“, sagt IHK-Präsident Peter Hähner.

Industrie nicht von Entwicklung abschneiden

Allerdings kritisiert die IHK, dass keine der geplanten Flächen eine Ansiedlung von Industriebetrieben vorsieht. Sie fordert, keine Branche pauschal auszuschließen – das sei angesichts der Bedeutung der Industrie für den Standort das falsche Signal. Schließlich sind moderne, digitale Industriebetriebe nicht mehr mit Fabriken aus dem vergangenen Jahrhundert vergleichbar, macht IHK-Hauptgeschäftsführer Jertz deutlich: „Industrie bedeutet nicht mehr automatisch rauchende Schloten und Lärm. Produkte und Produktionsprozesse haben sich massiv verändert.“

Die Industrie darf von den Entwicklungsmöglichkeiten am Standort nicht abgeschnitten werden, fordert Jertz, und erinnert an das Mombacher Industriegebiet, das schrittweise durch neue Nutzungen umgewidmet werde. „Nach jetzigem Planungsstand bedeutet die geplante Ausweisung der drei Gewerbegebiete unterm Strich die Ansiedlung von weniger Industrie – einer Branche, die zu einem hohen Bruttosozialprodukt am Standort beiträgt.“ Dabei zeige das Beispiel von Biontech gerade, welche Rolle die Gewerbesteuererinnahmen für die Entwicklung einer gesamten Stadt spielen.

MELANIE DIETZ, IHK FÜR RHEINHESSEN

„Fachkräfte und Unternehmen denken nicht in Preiswaben“

Die Landeshauptstädte Mainz und Wiesbaden sollten die Chance nutzen, sich als Vorreiterregion für einheitliche und flexible Tarife im öffentlichen Nahverkehr zu positionieren – und damit auch ein starkes Zeichen im Wettbewerb um Unternehmen und Fachkräfte zu setzen. Das fordern die Industrie- und Handelskammern sowie die Handwerkskammern in Mainz und Wiesbaden.

Mit Blick auf das Auslaufen des 9-Euro-Tickets Ende August und die Diskussion um die Abschaffung des ÖPNV-Tarif-Dschungels in Deutschland sollten die beiden Landeshauptstädte ihre geografische Nähe und die bisherige Zusammenarbeit ihrer Verkehrsverbünde als Basis nutzen, um einfache, flexible und digitale Angebote zu schnüren und die Tarifgebiete rechts und links des Rheins weiter in die Region auszudehnen.

Schließlich ist die Möglichkeit, sich einfach und schnell in einer Region zu bewegen, ein entscheidendes Kriterium für Fachkräfte, sich dort anzusiedeln, so die Wirtschaftskammern der beiden Landeshauptstädte. Deshalb fordern die Wirtschaftsvertreter, die Ticket-Tarife an die neue Arbeitswelt anzupassen und stärker zu vereinheitlichen.

Vier Kernthemen gemeinsam bewegen

Dazu stellt Peter Hähner, Präsident der IHK für Rheinhessen, fest: „In unserer eng vernetzten Region und angesichts der vielen Pendlerinnen und Pendler rechts und links des Rheins sollten wir nicht bis zum Ende der bundesweiten Diskussion um einheitliche ÖPNV-Tarife warten, sondern jetzt die Initiative ergreifen. Job-Tickets dürfen nicht länger daran scheitern, dass Betriebe angesichts der vielen unterschiedlichen Tarifzonen kapitulieren. Fachkräfte und Unternehmen denken nicht in Preiswaben.“

Eine gemeinsame Initiative sollte aus Sicht der Wirtschaft vier Kernthemen berücksichtigen: einheitliche ÖPNV-Tarife, eine Erweite-

rung der Tarif-Regionen sowie digitale und flexible Job-Ticket-Pakete für Unternehmen und ihre Beschäftigten, die berücksichtigen, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch mobil arbeiten und nicht mehr zwingend fünf Tage pro Woche zu ihrem Arbeitsplatz fahren. Damit einhergehen sollte ein Blick auf alle Verkehrsträger – samt Weiterentwicklung des ÖPNV, vor allem in den ländlichen Regionen.

MELANIE DIETZ, IHK FÜR RHEINHESSEN



Wie eng die die Region vernetzt ist – und wie wichtig funktionierende Verkehrswege und –verbindungen sind, hat auch die Sperrung und Sprengung der Salzachtalbrücke eindrucksvoll gezeigt.

Rhein Hessen shoppt regional

Mit Alzey, Bingen, Ingelheim, Worms und in diesem Jahr auch erstmals Mainz beteiligen sich die fünf größten Städte in Rhein Hessen an der bundesweiten Kampagne „Heimat shoppen“. Die Kampagne, die am 9. und 10. September in mehreren hundert Städten in Deutschland gleichzeitig stattfindet, soll auf den lokalen Handel und die Bedeutung der Innenstädte aufmerksam machen.



Fotos: Werbegemeinschaft Mainz

Die Industrie- und Handelskammern stellen den Händlerinnen und Händlern kostenlose Werbematerialien zur Verfügung und führen die Aktion in Kooperation mit den lokalen Werbegemeinschaften und Gewerbevereinen durch.

„Mit Heimat shoppen wollen wir die Menschen in Rhein Hessen auf die Vielfalt des lokalen Handels und die facettenreichen Angebote unserer heimischen Gastronomie, kurzum auf die großartigen Innenstädte in unserer Region, aufmerksam ma-

chen. Die Innenstadt der Zukunft wird nur dann ein attraktiver und lebenswerter Ort, wenn auch Handel, Gastronomie und Dienstleistungen dort einen festen Platz haben. Jeder kann durch sein Einkaufsverhalten dazu beitragen, diese zu erhalten“, sagt Günter Jertz, Hauptgeschäftsführer der IHK für Rhein Hessen.

Die Aktionen im Rahmen von Heimat shoppen unterscheiden sich von Stadt zu Stadt. So wird in Mainz der Weinherbst auf dem Schillerplatz in Heimat shoppen inte-

griert, außerdem gibt es ein Gewinnspiel mit der Chance, attraktive Einkaufsgutscheine zu gewinnen. Ein Gewinnspiel gibt es auch in Worms, hier findet am Samstag auch wieder der beliebte Einzelhandelsflohmarkt statt. Auch die Händlerinnen und Händler in Alzey, Bingen und Ingelheim haben verschiedene Besonderheiten für ihre Kunden vorbereitet.

Heimat shoppen betone die Gemeinschaft, sagt Tim Wiedemann, Geschäftsführer der IHK für Rhein Hessen. „Heimat

shoppen ist auch deshalb so erfolgreich, weil die Umsetzung in enger Abstimmung zwischen IHK, den lokalen Gewerbevereinen und Werbegemeinschaften und den

” Die Menschen in Rheinhessen auf die großartigen Einkaufsmöglichkeiten in unserer Region aufmerksam machen.

Günter Jertz

Innenstadtakteuren erfolgt. Mit Blick auf die lokalen Stärken und die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden entstehen verschiedene Aktionen, die jedoch alle den gleichen Grundgedanken vermitteln: „Fahr nicht fort, kauf vor Ort“, so Wiedemann.

Weitere Informationen zu den lokalen Aktionen finden sich unter



ihk.de/rheinessen
heimat-shoppen.de



Allianz 

GESUND^x – DIE EXTRAPORTION GESUNDHEIT

bKV – die intelligente Gehaltserhöhung

So einfach geht's: Ihre Mitarbeitenden erhalten ein jährliches Gesundheitsbudget von 900 EUR. Ihre Investition: lediglich 29,90 EUR im Monat!

Noch mehr Möglichkeiten mit der **betrieblichen Krankenversicherung (bKV)** der Allianz finden Sie unter:
→ www.allianz.de/angebot/gesundheits/bkv



Oder sprechen Sie Ihren Vermittler an!



20 Jahre Starterzentren – gründen aus Überzeugung

Gibt es wenige Arbeitslose, wird auch wenig gegründet – doch gerade scheint sich der Trend umzukehren. Die Gründe zur Gründung aus Anlass des 20. Geburtstags der Starterzentren Rheinland-Pfalz.

Warum gründet man? Gestalten und Strukturen aufbauen will der Mainzer IT-Unternehmer Jonas Niebergall mit seinem Start-up E3N. Mit ihrem Produkt das Leben ihrer Zielgruppe zu erleichtern schwebt der Wormserin Julia Rempel mit Jules'Box vor. Verantwortung übernehmen in der Abwägung von Freiheit und Risiko, darauf kommt es dem erfolgreichen Marketing-Experten Tobias Bartenbach schon sein Berufsleben lang an.

Voriges Jahr nahm die Zahl der Gründungen wieder zu. Der Corona-Knick von 2020 war schnell überwunden, deutschlandweit wagten 13 Prozent mehr Menschen als im Jahr des Pandemiebeginns den Sprung in die Selbstständigkeit. Der Tiefpunkt ist vorbei. „Und wir gehen davon aus, dass der Gründungsmarkt stabil bleibt“, sagt Lisa Haus, Geschäftsführerin der Industrie- und Handelskammer Rheinhessen. Bislang sind an den Zahlen noch keine Auswirkungen des russischen Angriffskriegs auf die Ukraine, der stark gestiegenen Energiepreise samt drohender Knappheit oder der Export- und Lieferkettenprobleme ablesbar.

Aus der Not heraus wird derzeit selten gegründet

„Gründungsverhalten ist grundsätzlich antizyklisch zum Arbeitsmarkt“, sagt Haus. Die Arbeitslosenquote in Rheinhessen und Rheinland-Pfalz ist niedrig, auch wenn sie landesweit im Juli gegenüber dem Vormonat von 4,5 auf 4,9 Prozent anstieg. Zwei Effekte sind maßgeblich: die Übergangszeit nach Schulschluss und Ausbildungsende sowie die Erfassung ukrainischer Flüchtlinge in der Statistik.

Viel gravierender ist in diesem Zusammenhang die Anzahl von zwei Millionen offenen Stellen deutschlandweit. Man sieht es an den Flughäfen, auf den Bahnhöfen, in den Restaurants: Der Fachkräftemangel schlägt durch, speziell bei den Dienstleistern können Leistungen mangels Personal schlichtweg nicht mehr erbracht werden. Und der demografische Wandel kommt erst richtig in Fahrt.

Schlechte Zeiten also für ein gedeihliches Gründungsklima, wenn der Arbeitsmarkt für die Bewerber immer mehr Optionen offen hält? Selbst wenn das der

20 JAHRE STARTERZENTREN RHEINLAND-PFALZ

Als im Jahr 2002 der Startschuss für die Starterzentren der rheinland-pfälzischen Industrie- und Handelskammern sowie Handwerkskammern fiel, hatte wohl keiner gedacht, dass dieses Modell bis heute deutschlandweit seinesgleichen sucht. Von Beginn an haben die Kammern auf ein landesweites Netzwerk an Kooperationspartnern gesetzt und können eine Vielzahl an Service- und Beratungsangeboten vorweisen, die Gründungsinteressierten den Aufbau des eigenen Unternehmens erleichtern. Begonnen mit gemeinsamen kostenfreien Beratungsangeboten, einem Qualitätsstandard unterworfen und flächendeckend angeboten, haben die Starterzentren bis heute tausenden von Gründerinnen und Gründern in die unternehmerische Selbständigkeit verholfen und deren weiteres Wachstum bis hin zu Unternehmensübergaben mitbegleitet. Das haben die Initiatoren Ende August mit einer großen Jubiläumsveranstaltung mit Wirtschaftsministerin Daniela Schmitt im Alten Auktionshaus in Mainz gefeiert.



starterzentrum-rlp.de



Foto: 3N GmbH & Co. KG

Jonas Niebergall,
3N GmbH & Co. KG,
Mainz

„ Ich bin Gründer, weil...
ich es liebe zu gestalten und Strukturen aufzubauen.

Das größte Hindernis war...
die Gewinnung von neuen, qualifizierten Mitarbeitern.

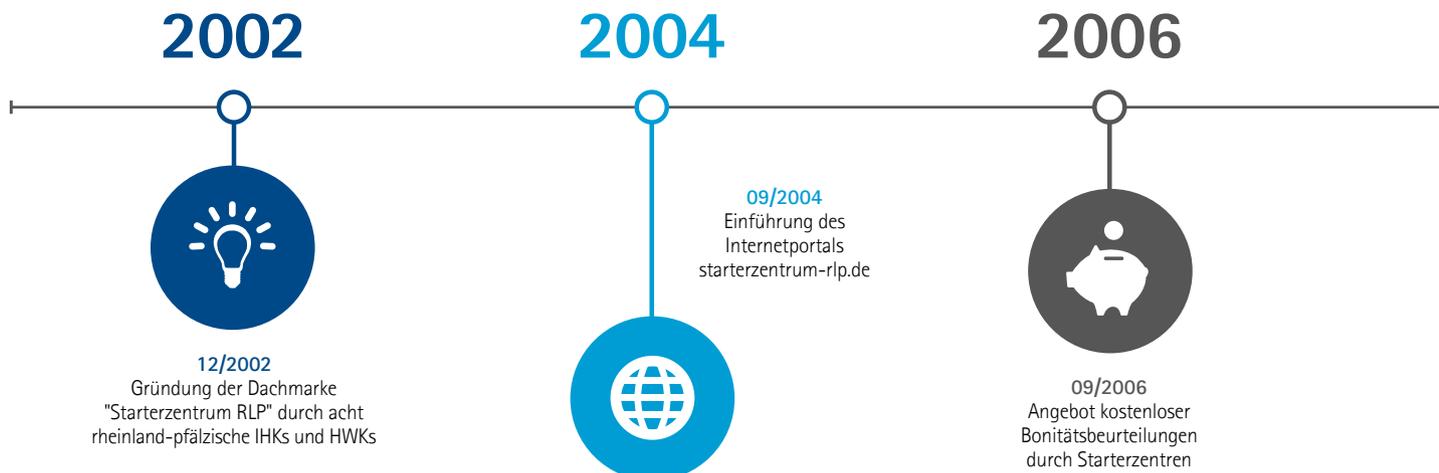
Erfolg brachte mir...
die stringente Fokussierung auf unsere Kernkompetenz E-Commerce.

Der Mainzer IT-Dienstleister E3N wurde 2012 gegründet, hat 13 Mitarbeiter und entwickelt E-Commerce-Plattformen.

Fall ist – niedrige Gründungszahlen müssen, anders betrachtet, nicht per se etwas Schlechtes sein. Die zu Zeiten hoher Arbeitslosenquoten häufigen Notgründungen mit kurzer Halbwertszeit helfen weder den Gründern noch den Beitragszahlern. Doch aus der Not heraus wird zurzeit offenbar selten gegründet, zieht man die gegenüber den Vorjahren niedrigere Zahl der Unternehmensinsolvenzen aus 2021 zurate. Wobei auch hier ein statistischer Sondereffekt zu vermuten ist, durch die zeitweilige Aussetzung der Insolvenzantragspflicht.

Rückgang bei Gründungen im Gastgewerbe

Langfristig ist, parallel zu den immer besseren Arbeitsmarktzahlen, die Anzahl der Gewerbeanmeldungen in Rheinhessen rückläufig. In Mainz gingen binnen eines Jahrzehnts gut 400 der anno 2009 noch jährlich rund 2.000 Neuerrichtungen verloren, im Kreis Mainz-Bingen zeigt der Trend von 1.700 Richtung 1.400 Gründungen pro Jahr, im Kreis Alzey-Worms rutschte der Wert von 1.200 Gründungen ausgehend schon Mitte der Zehnerjahre in die Dreistelligkeit, in



Worms ging tendenziell jede dritte jährliche Neuerichtung verloren. „Das Angestelltenverhältnis ist in Deutschland immer noch bei den meisten die erste Wahl“, sagt Haus. Erst wenn sie mit Bewerbungsschreiben nicht mehr weiterkommen, denken viele über einen eigenen Betrieb nach.

Auffällig beim Blick auf die Branchen ist der Rückgang bei Gründungen im Gastgewerbe, auf allerdings immer noch hohem Niveau. In der Pandemie waren die Restaurants in der Regel zuerst dicht, das Personal orientierte sich um, gerade die vielen Hilfskräfte, denen die Kurzarbeit nicht das Trinkgeld ersetzt hat, suchten sich neue Jobs. Die meisten Gründungen, knapp 1.400 an der Zahl, gab es voriges Jahr in Rheinhessen im Grundstücks- und Wohnungswesen sowie bei den wirtschaftlichen Dienstleistern.

Digitale Geschäftsmodelle geben Schub

„Die Zahlen in Rheinland-Pfalz sind positiv“, sagt Haus. Wer inmitten all der Krisen gründet, tut es eher aus den oben beschriebenen Motiven heraus, aus Überzeugung. „Ich glaube, wir haben es eher mit Chancengründungen zu tun, denn die Arbeitsagentur meldet so viele unbesetzte Stellen wie noch nie“, sagt Haus. Deutschlandweit gaben fünfmal so viele Gründer an, aufgrund einer guten Geschäftsgelegenheit in die Selbstständigkeit zu gehen, wie mangels Alternativen. Tendenz: steigend. Hinzu kommt vermutlich ein Nachholeffekt nach dem Stillstandsjahr 2020. „Die Einbrüche in den Zahlen, mit denen wir zeitweilig gerechnet hatten, waren nicht da“, sagt Haus.

Einen Schub haben offenbar neu entdeckte digitale Geschäftsmodelle gegeben. Im zusammengefassten Bereich Verkehrs- und Nachrichtenübermittlung sowie Kredit- und Versicherungsgewerbe gab es, nach dem produzierenden Gewerbe sowie Hotellerie und Gastronomie, die viertmeisten Gründungen 2021. Oft handelt es sich offenbar um Überzeugungstäter. „Wir hätten mit viel mehr Gründungen aus der Arbeitslosigkeit und im Nebenerwerb gerechnet“, sagt Haus.

Positiv ist auch, dass in Zeiten der Pandemie, in denen ansonsten viel über die Retraditionalisierung von Rollenbildern gesprochen wurde, der Anteil der Gründerinnen zumindest nicht zurückging. Und es fällt auf, dass Gründungen von Einwanderern im Trend liegen. „EU-Bürger und Drittstaatler haben eine konstant höhere Gründungsneigung“, sagt Haus mit Blick ins Zahlenwerk. Die auf Sicherheit gepolten Deutschen seien international eher die Ausnahme.

Die eine typische „Branche mit Migrationshintergrund“ gibt es nicht, Dienstleister und Servicebetriebe, Gastro sowie Garten- und Landschafts-Bau, IT – da, wo im Heimatland schon Abschlüsse und Berufserfahrung gesammelt wurden, wird gegründet, aber auch oft von den Universitäten und Hochschulen ausgehend, durch eine immer internationalere Studentenschaft.

„Familiärer Zusammenhalt hat an Bedeutung gewonnen“

Eine gesellschaftliche Großbaustelle ist die viel zu häufig scheiternde Suche von Unternehmern nach Nachfolgern. Nicht jeder Fall klappt, innerfamiliär, so reibungslos wie bei Möbel vom Gutshof in Ober-Hilbersheim, wo in aller Ruhe eine Generation an die nächste überleitete (siehe Bericht in dieser Ausgabe). Oft denken die Betriebsinhaber vor lauter Tagesgeschäft viel zu spät daran, die Übergabe in die Wege zu leiten, schätzen den Wert ihres Unternehmens allzu optimistisch ein, können nicht loslassen, prallen auf fremde Vorstellungswelten.

Erstaunlich: „Die Nachfolge innerhalb der Familie hat seit Corona zugenommen“, sagt Haus. In der Pandemie auf das Wesentliche zurückgeworfen zu werden und im Familienbetrieb das Beständige zu erkennen, wandelte offenbar den Blick. Dass die Digitalisierung Erneuerung erfordert und es den abgebenden Generationen leichter macht loszulassen, kommt hinzu. Die IHK für Rheinhessen arbeitet derzeit gemeinsam mit der Hochschule Mainz an einer Auswertung zum

2007



01/2007
Gewerbean-, um- und
-abmeldungen sind nun auch bei
Starterzentren möglich.
RLP ist Vorreiter beim
Gewerbe-Online-Verfahren

2007



10/2007
Starterzentren werden
Regionalpartner des
KfW-Förderprogramms
"Gründercoaching Deutschland"

Foto: Bartenbach AG



Tobias Bartenbach, Bartenbach AG, Mainz

” Ich bin Gründer, weil...
ich gerne Unternehmer bin. Unternehmen statt Unterlassen, das ist meine Maxime. Außerdem übernehme ich gerne Verantwortung. Dabei ist der tägliche Spagat zwischen unternehmerischer Freiheit und der bewussten unternehmerischen Risikoeinschätzung genau das, was für mich den Reiz des Jobs ausmacht.

Das größte Hindernis war...
meine persönliche Ungeduld. Aber das wurde im Laufe der Jahre besser: Heute weiß ich, dass Geduld einen manchmal [oftmals] weiterbringt.

Erfolg brachte mir...
Machen statt Zaudern und Hadern. Entscheiden statt Dinge auf die lange Bank schieben – und auch bei Rückschlägen immer den Blick nach vorne zu richten. Es geht immer weiter.

Die Bartenbach AG bietet, inzwischen mit zwei Tochterunternehmen, seit 25 Jahren integrierte Markenkommunikation als Dienstleistung an. Die rund 100 Mitarbeiter ziehen bis Jahresende von Mainz-Gonsenheim an den Zollhafen um.

Thema Unternehmensnachfolge. Womöglich lassen sich aus der Krise ja Lehren ziehen, die überdauern. „Wir glauben, dass der familiäre Zusammenhalt an Bedeutung gewonnen hat und viele Unternehmer Zeit hatten, das Thema Übergabe anzugehen“, sagt Haus.

Was wiegt in Zukunft schwerer, der Drang zu Freiheit und Entfaltung oder das Streben nach Sicherheit auf einem Arbeitsmarkt, der eher von Engpässen als von galoppierenden Erwerbslosenzahlen geprägt sein wird? Die Auswirkungen der Krisen auf Liefer- und Wertschöpfungsketten oder die Chancen, die der Bereich E-Commerce bietet? Führt der mit Blick auf den Ausbildungsmarkt beklagenswerte Ansturm auf die Universitäten zu mehr Start-ups am Puls der Zeit? Und was will eigentlich der Verbraucher der Zukunft?

„Wir gehen davon aus, dass der Gründungsmarkt stabil bleibt“, sagt Haus. Und nennt die „drei Dauerbrenner“ Steuerrecht, Bürokratie und Förderregelungen, die vielen Gründern sowie ihren Unterstützern und Beratern das Leben schwer machen. Trotzdem, sagt die IHK-Geschäftsführerin, werde 2022 wohl als positives Jahr für Gründungen in die Geschichte eingehen.

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST

” Ich bin Gründerin, weil...
ich mit meinem Produkt das Leben von Familien mit Kindern erleichtern will und kann.

Das größte Hindernis war...
mich selbst davon zu überzeugen, dass ich kann, was ich mir vorgenommen habe.

Erfolg brachte mir...
der Austausch mit anderen Personen aus meinem Gründungsnetzwerk, wodurch sich viele neue Möglichkeiten eröffnet haben.

Das Unternehmen jules'Box der Wormser Soloselbstständigen Julia Rempel wurde im Juni 2022 gegründet und verkauft Bastelboxen für Kinder ab drei Jahren im Abo-Modell.



Julia Rempel, jules'Box, Worms

2009



01/2009
Ehrung des "One-Stop-Shop" der Starterzentren durch das Bundeswirtschaftsministerium

IHK-BERATUNG

Von der Online-Gründungswerkstatt über Basisseminare, von kostenfreien individuellen Beratungsgesprächen bis hin zu Netzwerkveranstaltungen wie dem Start-up-Beach oder der Gründungswoche in Mainz und Worms – gemeinsam mit ihren Netzwerkpartnern bietet die IHK für Rheinhesen ein ganzes Paket für Gründerinnen und Gründer an:



ihk.de/rheinhesen/starthilfe
rlp-gruendungswerkstatt.de



„Fehlende Selbstreflektiertheit ist eine Gründer-Krankheit“

Aidien Assefi bildet E-Commerce-Kaufleute aus – und weiß von seinem eigenen Start-up Anytips, dass auch im vermeintlichen Scheitern Chancen liegen.



Produkte im weltweiten Netz sichtbar machen, im Daten-Dschungel Angebot und Adressat zusammenbringen – dieses Kunststück zu beherrschen, wird für Gewerbetreibende immer wichtiger. E-Commerce-Kaufleute lernen genau das, ihre Ausbildung ist speziell auf den Onlinehandel zugeschnitten. Aidien Assefi hat diese Ausbildung durchlaufen, und er bildet selbst aus – in seinem Start-up.

Als das Coworking-Space Gutenberg Digital Hub in Mainz seine Türen öffnete, war Assefi der erste Gründer, der eingezogen ist. Was nach steiler Karriere aussah, sollte jedoch noch ein Auf und Ab werden. „Circl.Link“ nannte sich sein Unternehmen anfangs. Die Idee hatte Assefi während seiner Ausbildung zum Einzelhandelskaufmann: So mancher Kunde ließ sich im Geschäft beraten und kaufte dann im Netz ein. Ein Problem, von dem viele Berufskollegen ein Liedchen singen können und das dem lokalen Einzelhandel zusetzt.

Assefi, einst Videojournalist und selbst ernannter „digitaler Nomade“, der Anfang des vorigen Jahrzehnts schon früher als die

allermeisten professionell auf Youtube zugegangene war, suchte die Lösung – im Digitalen. Das Konzept: Einkaufen und Beraten sollte belohnt werden. Ist heute vom Trend zum Social Shopping die Rede, dann war der Wiesbadener, nach vierjähriger, letztlich erfolgreicher Investorensuche, 2018 bei der Gründung seiner Zeit voraus.

Den Trend zu Nutzerbewertungen für Geschäfte vor Ort einsetzen

„Der Ansatz ist die Verbindung von stationärem und Online-Handel innerhalb einer Social-Shopping-Community“, erläutert der 34-Jährige, „Produkttipps werden monetarisiert“. Wer über die Plattform einkauft, bekommt Geld zurück, und wer regelmäßig erfolgreich Einkaufsempfehlungen abgibt, wird ebenfalls belohnt. „Influencer oder Verlage können erhöhte Provisionen erhalten“, erläutert Assefi. Beispielsweise durch QR-Codes neben Produktabbildungen.

So soll die Community motiviert und beibehalten werden, der Trend zum an Nutzerbewertungen orientierten Kaufverhalten aufgegriffen und auf die Geschäfts-

2011



11/2011

Starterzentren geben gegenüber der Bürgerschaftsbank Stellungnahmen ab

2012



03/2012

Lücke in Beratungslandschaft wird geschlossen: Beratung nun auch für Freiberufler

2016



08/2016

Starterzentren als Teil der Gründerallianz des Bundeswirtschaftsministeriums

welt vor Ort heruntergebrochen werden. Auch das Thema Videoberatung, das in China bereits im Trend liegt, strebt Assefi an. Vor Ort kommt sein Konzept mittlerweile gut an, auch wenn immer wieder Überzeugungsarbeit zu leisten sei: „Mehr als 350 Partnerschaften haben wir schon.“ Allerdings erst, seit sein Unternehmen „Anytips“ heißt.

Die Erfahrung unter dem eher verklau-sulierten, vorherigen Namen: „Niemand wusste wirklich, was wir wollen. Und das Schlimme ist – man bekommt lauter Schulterklopfer, niemand außerhalb des unmittelbaren Freundeskreises sagt einem das.“ Also drehte Assefi Konzept und Gestaltung auf links – und wunderte sich, dass der Markenname und die Adresse anytips.com im Netz noch verfügbar waren.

„Fehlende Selbstreflektiertheit ist eine Gründer-Krankheit“, sagt Assefi nun

selbstkritisch. Auch beim Start-up-„Grillen“ siegt seiner Erfahrung nach oft die Zurückhaltung über die schonungslose Wahrheit. „Und die, die Klartext sprechen, werden von den Gründerinnen und Gründern oft nicht ernst genommen.“ Das Gute: „Ich kann nun selbst erläutern, welche Fallstricke es gibt.“

Einen Auszubildenden zum E-Commerce-Kaufmann hatte Assefi bereits, kom-mendes Jahr soll der nächste folgen. Das Berufsbild ist ziemlich neu, vor allem im Handel, aber auch in Tourismus, Dienstleistung oder bei Herstellern direkt werden die Ausgebildeten gesucht. „Das ist das Leid, wenn man zu viel schwärmt“, grinst Assefi – sein Lehrling hat sich im Bereich Facebook-Werbung selbstständig gemacht. „Der Beruf eröffnet Chancen zur Spezialisierung.“

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST

E-COMMERCE-KAUFLEUTE

Seit Herbst 2018 werden über die IHK Rheinhessen E-Commerce-Kaufleute ausgebildet. Den Beruf gibt es seit knapp fünf Jahren. Mit Verkürzung der dreijährigen Ausbildungsdauer haben die ersten Azubis Anfang 2021 ihren Abschluss erhalten. Mittlerweile haben sich insgesamt 77 Lehrlinge eintragen lassen und 23 erfolgreich abgeschlossen. Nach anfänglich sechs machen inzwischen 35 Betriebe mit.

„Während der Ausbildung lernen Azubis die Arbeit im Onlinevertrieb und -marketing kennen“, erklärt Daniel Reuter, Referent Kaufmännische Berufsbildung bei der IHK Rheinhessen. Die Lehrlinge lernen, die richtigen Online-Plattformen für Produkte und Zielgruppen zu finden, die Produkte passend in Szene zu setzen und wie die Nutzer sich verhalten. Auch rechtliche Themen spielen eine Rolle.



MAINZER GRÜNDUNGSWOCHE

Deine Stadt. Deine Chance.

14.-20. November 2022

Kostenlose Seminare, Workshops, Pitch-Events, Wettbewerbe und Netzwerkevents.

Über 20 Netzwerkpartner präsentieren die 7. Mainzer Gründungswoche.

mainzer-gründungswoche.de



BE YOUR OWN BOSS!

14.-20. November



WORMSER GRÜNDUNGSWOCHE

www.wormser-gründungswoche.de



„Kompetente Partner machen erfolgreich“

Tobias Bartenbach ist seit Jahrzehnten als Kommunikationsunternehmer erfolgreich, Jonas Deichelmann führt ein junges Start-up – zwei Gründungen mit mehr als 20 Jahren Abstand, in einem grundverschiedenen Umfeld.

Fast drei Jahrzehnte liegen zwischen den ersten unternehmerischen Schritten von Tobias Bartenbach und Jonas Deichelmann. „Ich würde heute vieles anders machen, aber ich würde es immer wieder machen“, sagt der Chef der Bartenbach AG, die vor 25 Jahren aus dem Hunsrück nach Mainz umzog, samt zweier Tochterunternehmen rund 100 Beschäftigte hat und 15 weitere sucht. „Es ist eine Achterbahnfahrt, aber es macht wahnsinnig Spaß, sich selbst etwas aufzubauen“, sagt der Gründer des Wormser Start-Ups 8devs, das aus drei Gesellschaftern und zwei Mitarbeitern besteht.

„Damals“, blickt Bartenbach zurück, „waren die Start-up-Szene, das Pitchen, die Business Angels zumindest bei mir überhaupt nicht präsent.“ Beim HSV Kirchberg im Rhein-Hunsrück-Kreis hatte er früh im Vorstand Verantwortung übernommen, suchte schon als 14-Jähriger nach Sponsoren. „Ich bin in einer Metzgerei groß geworden, stamme aus einem Selbstständigen-Haushalt“, erzählt Bartenbach. „Das prägt.“ So wuchs das Netzwerk schon vor dem Abi 1990, und einer der für den Sportverein an Land gezogenen Geldgeber fragte ihn bald um Hilfe bei seinen Marketingaktivitäten. „Ich habe in Trier studiert, da war ein bisschen Geld nicht schlecht. Also bin ich zur Verbandsgemeinde gegangen, habe mein Gewerbe angemeldet, und los ging es.“

Ohne Fremdmittel kamen auch Deichelmann und seine Kollegen bei der Gründung aus. Kurz nach Ausbruch der Corona-Pandemie ging es im Frühjahr 2020 los. Ersthelfer-Alarmierung war das ursprüngliche Thema. „Ich bin Rettungssanitäter“, erzählt der Wormser. So entstand aus selbst erlebtem, praktischem Optimierungsbedarf heraus die Idee, ein System der vernetzten Notruf-Knöpfe zu entwickeln. Die Jung-Gründer wurden bei vielen Unternehmen vorstellig und heimsten positives Feedback ein. Nur das Geld wollte kaum jemand locker machen. „Wir hatten das Gefühl, dass unsere Idee aktuell nicht gebraucht wird. Also wurde es höchste Zeit, das Produkt umzugestalten“, lautete Deichmanns Lehre schon im ersten Jahr als Unternehmer.

Auch Bartenbach musste einmal grundlegend umsteuern. Mit seinem ersten Umsatz hatte er sich Rechner, Faxgerät und Mobiltelefon gekauft, bald kam ein Grafiker mit ins Team. Parallel zog er das Studium durch – und kehrte der Heimat den Rücken. „Damals war es ein großer Nachteil, im strukturschwachen Raum angesiedelt zu sein.“ Zur Auswahl standen Koblenz, Mainz und Frankfurt. Der Jung-Unternehmer entschied sich in Sachen Größe für die goldene Mitte. „Mainz hatte damals eigentlich keine Kreativ- und Agentur-Szene, doch in den letzten Jahren hat sich der Standort enorm weiterentwickelt. Das ist schön zu sehen.“ Aus einem Auftrag ergab sich der nächste, Kontakte folgten auf Kontakte. Schritt für Schritt zu wachsen, war immer Bartenbachs Credo. Heute ist das Unternehmen weltweit vernetzt.



Tobias Bartenbach zu Zeiten seiner Gründung und heute

2019



02/2019

Beitritt zur Online-Beratungsplattform
Gründungswerkstatt RLP

Auch 8devs hat einen enormen Sprung hingelegt. „Unsere Produkte sind aktuell bei 150 Unternehmen im Einsatz, deutschlandweit und im Ausland, mit von vielleicht zehn bis zu tausenden Mitarbeitern.“ Im Rettungsdienst beim ASB Worms arbeitet der studierte Informatiker immer noch, um Gutes zu tun, fernab des Schreibtisches. „Es war nicht anzunehmen, dass wir da stehen würden, wo wir heute stehen“, sagt Deichmann. Wie kam's? Die Hilfe-Entwickler, so der Unternehmensname, bieten eine Verbandbuch-App an. Denn in den meisten Unternehmen werden Arbeitsunfälle und Erste-Hilfe-Leistungen per Hand in einem analogen Buch dokumentiert, was es unpraktikabel bis unmöglich mache, die Daten systematisch auszuwerten. Das birgt die Gefahr, wiederkehrende Problemquellen zu übersehen – sofern die Einträge überhaupt lesbar und vollständig sind. In der App werden die Vorfälle hinterlegt, zentral erfasst und sind so für autorisierte Personen auswertbar. Eine offenbar goldrichtige Idee, hineingeboren in den Trend der Digitalisierung.



Foto: 8devs

Jonas Deichmann und seine App

Mit dem Zugpferd Marketing hat auch Bartenbach in den 90ern auf das richtige Pferd gesetzt, wie sich zeigen sollte. Von Rückschlägen blieb er dabei nicht gefeit. Erst machte ein Auftraggeber-Netzwerk Pleite, Familie und Bank mussten aushelfen. Dann gingen im Zuge der weltweiten Finanzkrise rund zwei Dutzend Mitarbeiter. „Ich bin von Zuhause aus Banker“, sagt Bartenbach, „das Thema Finanzierung und Unternehmensstruktur ist mir extrem wichtig. Man braucht Solidarität, auch für Krisen“. Das Gute: Schon früh wurde die Investitions- und Strukturbank des Landes sein Auftraggeber, die Förderkulisse lernte der Unternehmer so gründlichst kennen. Die Gründungen der Tochtergesellschaften „sind mir dann relativ leicht gefallen, ich kannte den Prozess ja schon“.

Wenn Deichmann über den Ablauf seiner Gründung spricht, dann ist von einem „klar durchgetakteten, formalen Prozess“ die Rede. Bis auf das Thema Steuerbescheinigung sei die Inbetriebnahme seiner GmbH „relativ problemlos gelaufen“. Was auch an der guten Vorbereitung lag. In Rheinhessen gibt es inzwischen ein breit gefächertes Netzwerk: Den Gründer-Dienstag an der Wormser Hochschule besuchten Deichmann und seine Kollegen regelmäßig, auch Coachings wurden angeboten. „Die Dialoge mit Unternehmern und Start-ups waren sehr hilfreich“, sagt er. Das Gründungsbüro an der Hochschule gab viele nützliche Tipps, das Starterzentrum half mit der Beratung eines Anwalts für Marken- und Patentrecht. Und die Mittel aus dem Exist-Gründungsstipendium gaben die wirtschaftliche Beinfreiheit, sodass bis heute 100 Prozent der Unternehmensanteile in den Händen der Unternehmer liegen.

Seit einigen Jahren ist Bartenbach beim Investoren-Netzwerk Business Angels aktiv und betreut selbst ein Start-up. „Als Unternehmer kann man auch von den Gründern lernen“, sagt er. Den Blick offen, die Gedanken frisch halten. „Ich würde mir in Deutschland mehr von der Mentalität wünschen, dass Selbstständigkeit an Wert gewinnt.“ Die Politik habe erkannt, dass es Instrumente wie Anschubfinanzierung, Plattformen und Netzwerke braucht. Aber: „Bei annähernder Vollbeschäftigung steht das Thema nicht allzu weit oben auf der Agenda.“ Im Rückblick hätte sich Bartenbach auch schon für seine Anfangszeit das aktuelle Umfeld für Gründerinnen und Gründer gewünscht, zu dem die Starterzentren der Industrie- und Handelskammern und Handwerkskammern einen wesentlichen Beitrag leisten. „Meine Lernkurve hat sich damals nur aus den eigenen Erfahrungen gespeist. Heute gibt es viel mehr Vernetzung, Austausch, Synergien“, sagt der erfolgreiche Unternehmenschef. Seine Beobachtung: „Viele scheitern, weil sie nach der ersten Euphorie aufgeben.“

„Es ergeben sich immer wieder neue Chancen, an die man nie gedacht hätte“, blickt Deichmann auf seine noch kurze Laufbahn. „Eines kann ich Jung-Unternehmern schon mit auf den Weg geben: Es dauert alles länger, als man denkt.“ Fehlentscheidungen gehören dazu, da ist sich Bartenbach sicher. „Meine Maxime lautet: nie zurückschauen.“ Für den Start rät er zu einem klaren Fokus, genauer Marktbeobachtung, Netzwerkpflege und einem offenen Blick darauf, wo man selbst Unterstützung braucht. „Kompetente Partner machen erfolgreich.“

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST

„Man muss sich fünf Jahre Zeit nehmen“

Das Ehepaar Christian und Laura Ludwig hat die elterliche Möbel-Werkstatt in Ober-Hilbersheim übernommen – und berichtet aus eigener Erfahrung, worauf bei einer Nachfolge unbedingt zu achten ist.

Immer weniger Unternehmerinnen und Unternehmer, die dem Ruhestand entgegensehen, finden Nachfolger. Dabei ist die Weiterführung eines Betriebes unter Umständen der einfachste Weg in die Selbstständigkeit. Ein etablierter Unternehmensname, ein Stamm an Kunden, manches an bürokratischem Aufwand, was schon erledigt worden ist, kurzum gewachsene Strukturen – an Vorteilen fehlt es nicht. Erst recht, wenn das übernommene Unternehmen aus der eigenen Familie stammt.

Bei der Möbel vom Gutshof GmbH & Co. KG in Ober-Hilbersheim wurde eine Unternehmensnachfolge von einer Generation zur nächsten geradezu muster­gültig durchgeführt. Der erste, wichtige Tipp: Man sollte sich, beiderseits, rechtzeitig mit dem Gedanken der Übergabe befassen, alles in Ruhe durchdenken, besprechen, planen, abarbeiten. „Wir haben vor zehn Jahren den Entschluss gefasst, das Thema Nachfolge der Schreinerei angehen zu wollen“, sagt Christian Ludwig, der gemeinsam mit seiner Frau Laura Ludwig die Geschäfte führt.

Es blieb also viel Zeit, sich in die Materie einzuarbeiten. In die Zeitspanne fiel die Eröffnung eines Ausstellungsgeschäfts in der Mainzer Altstadt. Dort konnte das Ehepaar Erfahrungen sammeln, ehe es gemeinsam die volle Verantwortung übernahm. „Ich

habe mir das handwerkliche Know-how draufgeschafft und am Wochenende in der Ausstellung mitgeholfen“, erzählt Christian Ludwig, der zuvor als Marketing- und Vertriebsleiter in der Solarbranche tätig war. Seine Frau ist studierte Betriebswirtin.

Die Größe des Teams hat sich verdoppelt

Fünf Jahre ist der Staffel-Wechsel in der Schreinerei nun her, das Notarielle folgte später. „Meine Eltern haben die Firma dann vor drei Jahren verlassen, alles ging schrittweise“, erzählt Laura Ludwig. „Inzwischen haben wir das Unternehmen auf links gedreht und eine neue Schreinerei gebaut.“ Auch solche Richtungsänderungen sind für die abgebende Generation leichter zu akzeptieren, wenn sie nicht als Schnellschüsse, sondern wohl überlegt zustande kommen. Denn dass die unterschiedlichen Generationen nicht immer dieselben Sichtweisen haben, liegt auf der Hand. Hilfreich war, wie Christian Ludwig sagt, dass die nachfolgende Generation sich im Mainzer Ladengeschäft bereits bewiesen habe. „Es hieß ja, der Einzelhandel in Mainz geht kaputt. Ich denke, wir haben das Gegenteil bewiesen.“ Neun neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind mittlerweile an Bord, die Größe des Teams hat sich verdoppelt. Wo früher das einzelne Möbelstück im Mittelpunkt stand, hat sich inzwischen der Blick geweitet.

2020

03/2020
Beratung und Begleitung
von durch die Corona-Krise
geschädigten Unternehmen



2021

11/2021
Starterzentren werden Partner
des Förderprogramms
Gründungsstipendium RLP





„Als neues Themenfeld haben wir die Innenarchitektur hinzugenommen“, berichtet Laura Ludwig, „wir können nun inklusive Planung alles inhouse anbieten und abwickeln“. Private und gewerbliche Kunden werden adressiert, ein Steckenpferd sind Vinotheken, ein weiteres Büroeinrichtungen. Das dritte Standbein ist schon traditionell die Möbelrestaurierung.

„Wir sind Unternehmer, kümmern uns um das Betriebswirtschaftliche, Strategie und Marketing“, sagt Christian Ludwig. „Für die Produktion hätten wir gar keine Zeit mehr“, sagt Laura Ludwig, „ständig warten neue Herausforderungen.“ Pandemie, Lieferketten und Inflation traten und treten zu den ohnehin bestehenden, täglichen Herausforderungen hinzu, von der stetigen Suche nach neuen Designs bis zum unerlässlichen Webshop, der ausgebaut werden soll. „Und wir haben uns auf die Fahnen geschrieben, den Leuten das Handwerk näher zu bringen“, betont Christian Ludwig.

„So ein Prozess ist immer auch sehr emotional“

Das Gros der Umsätze kommt durch Neukunden. „Wir haben beide das Potenzial gesehen“, blickt das Ehepaar auf das Familienunternehmen. „Dass eine Basis da war, hat auf jeden Fall geholfen.“ Beide sprechen mit Freude von ihrer Arbeit. Christian Ludwig liebt die Selbstständigkeit offenkundig, Laura Ludwig schwärmt von der Arbeit mit Massivholz und den regelmäßigen Materialsichtungen mit dem Förster in den heimischen Wäldern.

Der Weg war lang. „Man muss sich bestimmt fünf Jahre Zeit nehmen, um sauber und geordnet zu übergeben“, sagt Laura Ludwig, „so ein Prozess ist immer

auch sehr emotional. Beide Seiten müssen sich mit ihren Bedürfnissen im neuen Konzept wiederfinden.“ Die früheren Generationen verweisen mit aller Berechtigung auf ihre erfolgreiche Herangehensweise, aber der Markt wandelt sich, ist schnelllebig geworden. Viel Stolz verspürt sie bei ihren Eltern.

Weniger unkompliziert als gedacht gestalteten sich die behördlichen Abläufe. „Wir sind ein Verwaltungsland. Bürokratie hoch zehn“, schüttelt Christian Ludwig den Kopf. „Schwierig, zäh, kostenintensiv“ sei es im Zusammenspiel mit Notar, Steuerberater und Bank bisweilen zugegangen. Ein fünfstelliger Betrag komme allein an Gebühren zusammen. Was alles an Steuern anfällt, würde das Ehepaar viel lieber investieren, und all das Gehirnschmalz für Behördliches wäre doch deutlich sinnvoller ins Unternehmen gesteckt. Ob die beiden ihren Schritt irgendwann einmal bereut haben? „Definitiv nein.“

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST

IHK-BERATUNG

Die IHK für Rheinhessen bietet eine kostenfreie Orientierungsberatung zum Thema Unternehmensnachfolge an – Nachfolgelotse Edgar Schneider begleitet dann im Anschluss bei Bedarf auch weiterhin. Kontakt: nachfolgelotse@rheinhessen.ihk24.de. Um den eigenen Betrieb zum Verkauf anzubieten – und ebenso für Gründerinnen und Gründer, die ein etabliertes Unternehmen übernehmen möchten – bietet sich die kostenfreie Nachfolgebörse an:



nexxt-change.org



Stefan Hüppe bei der Verleihung der IHK-Medaille mit IHK-Präsident Peter Hähner und IHK-Hauptgeschäftsführer Günter Jertz.

„Es ist schwer, gegen die Bildungspolitik anzukommen“

Stefan Hüppe erhält die IHK-Verdienstmedaille – und verabschiedet sich mit klaren Aussagen aus dem Berufsbildungsausschuss.

Herr Hüppe, wie lange waren Sie eigentlich Vorsitzender des Prüfungsausschusses?

Ganz ehrlich – das weiß ich nicht. Ich habe mir weder das Jahr notiert, in dem ich dort eingetreten bin, noch als ich den Vorsitz alternierend mit dem Gewerkschaftsvertreter übernommen hatte. So weit reicht meine Dokumentation nicht zurück...

Wie leicht oder schwer fällt Ihnen nach offenbar unüberschaubar langer Zeit das Loslassen?

Dadurch, dass ich betrieblich bei Boehringer Ingelheim bereits seit dem 1. März 2020 freigestellt und nun seit 1. Juni offiziell Pensionär bin, ist mir der Ausstieg nicht besonders schwer gefallen. Es war eine lange und schöne Zeit. Das Thema Berufsbildung, Aus- und Weiterbildung interessiert mich weiterhin sehr. Ich gebe selbst an der Berufsbildenden Schule in Ingelheim noch einmal im Jahr einen Ausbildereignungskurs und bin Teil des Schulträgersausschusses im

Landkreis Mainz-Bingen. Zudem wird mir mit meinen Hobbys Sport, Fotografie, Lesen und Reisen nicht langweilig.

Welcher Aspekt der Ausschussarbeit ist Ihnen im Rückblick besonders wichtig?

Ein großes Anliegen des Ausschusses bestand darin, mehr junge Leute für die duale Ausbildung zu begeistern. Nach einer Hochphase in den früheren 2000ern ist es abwärts gegangen. Mit Angeboten wie der Berufsinformationsmesse BIM, die wir immer wieder neu ausrichten, beispielsweise mit Workshops für Schüler und Eltern, versuchen wir gegenzusteuern. Auch das Projekt startup@school hat in Rheinland-Pfalz weite Kreise gezogen. Ich konnte die Kammer wiederum für die Wissensfabrik Deutschland begeistern, einem gemeinnützigen Verein von über 130 Unternehmen, die die Schulbildung in den Mint-Fächern stärken wollen. Mit dem Hub für IT2School in Rheinland-Pfalz wurde die IHK Partner

der Wissensfabrik, ich konnte bei der Entwicklung des Projekts selbst mitwirken. Das war eine sehr schöne Aktion.

Zwei Jahre lagen die Infoveranstaltungen in Präsenz großteils brach, und die Ausbildungszahlen sind eingebrochen. Was ist zu tun?

Die IHK hat digitale Formate forciert, sodass man sich auch über Webinare informieren kann. Die Teilnehmerzahlen bei digitalen Angeboten sind beachtlich. Generell muss man den jungen Leuten Karrierewege aufzeigen, um die duale Ausbildung interessanter zu machen. Es muss klar sein, dass nach der Ausbildung nicht Schluss ist, sondern viele Wege offenstehen, die auch bis zum Bachelor oder Master führen können. Hier sind auch die Betriebe gefordert, um das aufzuzeigen und gegebenenfalls zu finanzieren. Aber es ist schwer, gegen eine Bildungspolitik anzukommen, die ganz klar das Abitur forciert. Und in Sachen Digitali-

sierung lädt die Landesregierung immer mehr Verantwortung auf die Schulleitungen ab, die aber meistens keine IT-Experten sind. Das ist bedauerlich.

Das Abitur ist allerdings auch kein Hinderungsgrund zur dualen Ausbildung, oder?

Natürlich nicht. Die Betriebe müssen die duale Ausbildung auch für Abiturienten spannend machen. Das fällt größeren Unternehmen, die Zusatzqualifikationen anbieten können, tendenziell leichter. Wenn man es genau nimmt, haben wir ja bereits häufig für Abiturienten eine triale Ausbil-

„ Die Betriebe müssen die duale Ausbildung auch für Abiturienten spannend machen.

dung in Kombination aus Berufsschule, Hochschule und Betrieb. Das passt aber seltener auf kleinere Betriebe, die andere Bedarfe haben. Mit der Einführung der Realschule Plus, die den Wegfall der Hauptschule zur Folge hatte, verlängern nun die guten Realschüler ihre Schulzeit bis zum Fachabitur. Der Ausbildungsmarkt und insbesondere das Handwerk wurde hier um viele junge Leute gebracht. Die Eltern suchen für ihre Kinder die besten Optionen. Dadurch fallen für die Ausbildung viele Jugendliche weg, die dort eigentlich besser aufgehoben wären als beim Studium. Dass die Bildungspolitik in 16 Ländern 16 Mal neu erfunden wird, ist auch nicht unbedingt hilfreich. Sorgen bereitet mir auch der Lehrernachwuchs. Wir steuern auf einen großen Lehrermangel zu, der heute schon an einigen Schulen zu spüren ist.

Wie genau sieht die Arbeit des Berufsbildungsausschusses aus?

Der Berufsbildungsausschuss sorgt sich um die Weiterentwicklung der Qualität der Aus- und Weiterbildung. Es werden Beschlüsse gefasst zu Änderungen von Prüfungsvorschriften oder Fortbildungsverordnungen. Es werden sehr viele Informationen über die aktuellen Entwicklungen zwischen Vertretern von Arbeitnehmern, Arbeitgebern und Schulen ausgetauscht. Und es werden Überlegungen angestellt, wie man gewissen Trends entgegenwirken

kann, die der beruflichen Bildung nicht zuträglich sind. Da geht es auch um Gespräche mit der Politik – und darum, gute Veranstaltungen wie etwa die BIM oder Kampagnen für die duale Ausbildung voranzutreiben.

Im Rückblick auf Ihre lange Zeit im Ausschuss – welche Entwicklungen waren besonders einschneidend?

Die Veränderung vom Ausbildungsplatzmangel hin zum Mangel an Bewerbern. Das Handwerk stand hierbei lange vor noch größeren Herausforderungen als die Industrie und der Handel, inzwischen sind alle

Branchen betroffen. Man setzte stärker auf den Dialog mit und die Information für Jugendliche und

Eltern. Ein ganz großer Punkt war ab 2015 die Integration der Flüchtlinge in Ausbildung und Arbeit. Den drei im Ausschuss vertretenen Partnern ging und geht es aus ihrer jeweiligen Perspektive darum, dass die Ausbildungsqualität stimmt und stets an neue Rahmenbedingungen angepasst wird. Dazu dient auch der Dialog der Partner untereinander.

Worin lag Ihre Motivation, für so lange Zeit mitzuwirken?

Die Motivation kam bei mir von innen heraus. Meine Verantwortung als Ausbildungsleiter und später als Leiter für Aus- und Weiterbildung bei Boehringer Ingelheim lag in genau diesem Bereich. Mein Gestaltungswille ging über meinen Arbeitgeber hinaus. Und es hat mir viel Freude bereitet, mit anderen Mitwirkenden die Bildungsarbeit in Rheinhessen weiterzuentwickeln. Dabei gab es auch manche Kontroversen, aber wir haben immer über gemeinsame Wege diskutiert und sie schlussendlich gefunden.

Was machen Sie nun, mit so viel neuer freier Zeit?

Ich habe mir ein Wohnmobil gekauft, das ich erst einmal pandemiebedingt zwei Jahre nur eingeschränkt nutzen konnte. Viele Ziele warten. Ich war im letzten Sommer fünf Wochen in Norwegen, in diesem Sommer geht es nach Schweden. Ich ge-

nieße den Freiraum, nicht mehr zum Flughafen und Hotels buchen zu müssen. Außerdem mache ich deutlich mehr Sport als zuvor. Und der Garten kommt hinzu. Zudem habe ich während der Pandemie beim Homeschooling mitgeholfen – und mit meinem Enkel geübt. Dabei ist in mir eine große Hochachtung vor den Grundschullehrern gewachsen.

DAS INTERVIEW FÜHRTE TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST

ZUR PERSON

Für seinen herausragenden Einsatz für die Ausbildung und den Fachkräftestandort Rheinhessen hat die Industrie- und Handelskammer für Rheinhessen Stefan Hüppe mit ihrer Verdienstmedaille in Bronze ausgezeichnet. Der langjährige Vorsitzende des IHK-Berufsbildungsausschusses blickt auf mehr als vier Jahrzehnte in ehrenamtlicher Tätigkeit als Prüfer sowie knapp 30 Jahre im Ausschuss zurück, davon seit 2006 als Vorsitzender.



BUHNER+WEHLING
Die Kraft einer starken Lösung

INDUSTRIEBAU

KREATIVITÄT GEPLANT

Bühner + Wehling entwickelt planerische Ideen, mit denen Sie sich als Bauherr persönlich identifizieren können. Wir finden heraus, was Sie antreibt und finden Lösungen, die in Sachen Individualität, Funktionalität und Design einzigartig sind.

www.buehner-wehling.de



Strandfeeling über dem Münsterplatz

ISB, IHK und Gutenberg Digital Hub bringen Gründungsspirit in die Mainzer Innenstadt: Mehr als 100 Gründungsinteressierte haben sich bei bestem Sommerwetter zum Start-up-Beach am Münsterplatz getroffen.

Sonne tanken, netzwerken, Erfahrungen sammeln und Kontakt knüpfen: Die Gründungsszene in Mainz trifft sich endlich wieder – mit Gründungsgeschichten, Ideen und viel Lust auf den persönlichen Austausch. Zum Start-up-Beach am 18. Juli, waren mehr als 100 Gründungswillige, Start-ups, Investoren und junge Unternehmen auf der Dachterrasse der Location „Zeitraum“ am Münsterplatz zusammengekommen. Die IHK für Rheinhessen, die Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (ISB) und der Gutenberg Digital Hub brachten bei strahlendem Sonnenschein wieder echtes Strandfeeling und rheinhessischen Gründungsspirit zusammen.

„Innovative Köpfe bringen kreative Ideen, bereichern den Markt mit neuen Produkten und Dienstleistungen und knüpfen neue Netzwerke – deswegen freuen wir uns über die starke Resonanz bei unserem

Start-up-Beach. Besonders junge Unternehmen leben vom direkten Kontakt“, sagt Günter Jertz, Hauptgeschäftsführer der IHK für Rheinhessen. „Beim Start-up-Beach können sie locker und unkompliziert zusammenkommen und voneinander lernen.“ Es stimme ihn optimistisch, dass es im vergangenen Jahr in Rheinhessen 7 Prozent mehr Neugründungen gab, so viele wie seit 2016 nicht mehr. Das zeigt, dass die Gründungsnachfrage in der Region durch die aktuellen Krisenzeiten ungebrochen ist. Trotz der Lockdowns verzeichnete die IHK im vergangenen Jahr knapp 500 Beratungen in Rheinhessen. Dabei habe sich auch gezeigt, dass die Quantität und Qualität seitens der Gründungsinteressierten stimmt.

„Wer ein Unternehmen gründen will, findet in Mainz und ganz Rheinhessen eine gut vernetzte Szene. Als Förderbank des Landes und Partner der rheinland-pfälzi-

schen Wirtschaft sehen wir es als unsere Aufgabe an, die Wettbewerbsfähigkeit von Rheinland-Pfalz heute und in Zukunft sicherzustellen“, bekräftigt Dr. Ulrich Link, Vorstandsmitglied der ISB. Die ISB halte viele Förderprogramme bereit, von Zuschüssen für Gründungsberatungen über Existenzgründerkredite bis hin zu Beteiligungen an Start-ups.

Auch wenn das Netzwerken im Mittelpunkt stand – beim „Start-up-Beach“ gab es ebenso Informationen zu Finanzierungsangeboten, Unterstützungsleistungen. Anschließend sprachen die Start-ups StudioMux, Jules Box, PicWise und Küchenheld über Herausforderungen beim Start, die Expansion ihrer eigenen Unternehmen und ihre Wege, auch mit Rückschlägen umzugehen.

MELANIE DIETZ UND OLIVER SACHA,
IHK FÜR RHEINHESSEN

Energiewende

IHK-Sachverständige

Die IHK für Rheinhessen teilt mit, dass die öffentliche Bestellung von Dr.-Ing. Wilfried Bärsch, Worms, vormals öffentlich bestellt und vereidigt für „Stahlbau“, erloschen ist.

Ebenso ist die öffentliche Bestellung des IHK-Sachverständigen Ralf Kadur, Harxheim, vormals öffentlich bestellt und vereidigt für „Kraftfahrzeugschäden und -bewertung“, erloschen.

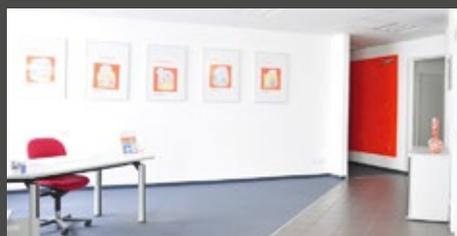
Foto: Kristina Schäfer



Ist Wasserstoff ein Problemlöser für die Energiewende? Diese Frage wurde unter anderem im Rahmen der Woche des Wasserstoffs in der IHK für Rheinhessen in Mainz diskutiert, mit Prof. Oliver Türk, Thomas Pensel, Dr. Tobias Brosze, Volker Hans Peter Fühles und Stefan Jungk. Moderiert wurde die Veranstaltung von Johanna Tissot.

- Anzeige -

Moderne Büroflächen provisionsfrei zu vermieten



Mainz-Hechtsheim: Gepflegte, lichtdurchflutete Büroflächen zwischen 350 m² und 1.050 m² mit ausreichend Parkplätzen, grüner Umgebung und schnellem Anschluss an den Mainzer Ring A60 sowie das Rhein-Main-Gebiet



Die sozialen Medien als Umsatz-Motor

Die Wachstumszahlen im Bereich Social Shopping sind enorm – kleinen und mittleren Unternehmen bieten sich besondere Chancen, ebenso wie den lokalen Händlern.

Social Shopping ist im Trend – und bietet auch abseits der Branchen-Riesen wie Amazon Wachstumschancen für kleine und mittlere Unternehmen. Zu diesem Ergebnis kommt der Kölner Marketing-Dienstleister Greven Medien, der auch in Mainz angesiedelt ist, unter anderem Telefonbuch und Gelbe Seiten produziert und sich mit einer eigenen Studie dem Thema gewidmet hat. Social Shopping oder Social Commerce, das bedeutet elektronischer Handel inklusive Kundenkommunikation. Hinzu tritt der Plattform-Gedanke, Empfehlungen und Bewertungen fließen ins Kaufverhalten ein. „Wer auf sein Produktportfolio und seine

Dienstleistungen aufmerksam machen möchte, sollte seine Social-Media-Accounts unbedingt mit einer direkten Kaufoption verknüpfen“, rät Greven Medien. Einen Schub im Wandel des Kaufverhaltens habe die Pandemie mit sich gebracht. Die Geschäfte waren lange zu oder nur unter erschwerten Bedingungen zu betreten, der Trend zum Kauf im Netz beschleunigte sich. Das muss auch im lokalen Einzelhandel nicht zwingend ein Nachteil sein. Denn die Social-Media-Kanäle gewinnen zusehends an Bedeutung, und hier können auch kleinere Unternehmen leichter sichtbar werden.

„Unternehmen, die dem Wettbewerb standhalten wollen, sind mehr denn je gefordert, kreativ die sozialen Plattformen als starke Absatzkanäle zu etablieren – ganz gleich, ob klein oder groß, lokal oder überregional. Wer über digitale Kanäle verkaufen möchte, muss Anreize schaffen und dabei über den Tellerrand der klassischen Homepage mit Shop samt Warensortiment hinausblicken“, sagt Anke Herbener, CEO der Greven Group. Ein Drittel der Bevölkerung kaufe bereits über die sozialen Netzwerke ein. 68 Prozent der Online-Shopper haben schon mal via Facebook geshoppt, mehr als jeder Zweite über Instagram, ein knappes Viertel per



Quelle: Im Auftrag von Greven Medien wurden in einer Online-Umfrage mit dem GfK eBUS* 1.001 Personen im Alter von 18-74 Jahren befragt. Die Befragung wurde vom 28.04. bis 02.05.2022 durchgeführt. Die Stichprobe wurde quotiert und gewichtet und ist repräsentativ für die deutsche Bevölkerung im Alter von 18-74 Jahren.

„ Wie wichtig digitale Präsenz für lokale Händler ist, haben wir spätestens im Lockdown erlebt: Aufmerksamkeitsstarke Posts mit aktuellen Informationen, etwa über Einkaufsmöglichkeiten oder Lieferservices, waren von heute auf morgen existenzsichernd.

Anke Herbener, CEO Greven Group

Porträt Anke Herbener

TikTok. Pinterest (15 Prozent) und Twitter (13 Prozent) spielen eine untergeordnete Rolle. Die jüngeren Konsumenten sind vorrangig bei Instagram und TikTok zugange, die Käufer ab 40 meist auf Facebook aktiv. Vor allem um Waren aus den Bereichen Mode, Elektro und Hobby geht es.

Mit Live-Interaktionen lasse sich auf digitalem Wege ein direktes Käuferlebnis ermöglichen, samt Beratung. Herbener spricht von einem der spannendsten Zukunftstrends im Onlinehandel. Auch wenn neun von zehn Befragten zuerst auf den Preis schauen – je einfacher der Kaufprozess und je komfortabler die Lieferbedingungen, desto größer die Bestell-Bereitschaft. Als Alternative könnten neben eigenen, über die sozialen Medien vermarktete Webshops auch regionale oder themenspezifische Verkaufsplattformen genutzt werden. „Das Käuferlebnis ist entscheidend“, betont Herbener. Eine emotionale und glaubwürdige Darstellung der Produkte

könne den Umsatz ankurbeln. Als Multiplikatoren kämen neben Herstellern und Influencern auch die Geschäftsinhaber selbst in Frage, schließlich könnten sie ihr eigenes Angebot am überzeugendsten präsentieren.

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST

E-COMMERCE IST CORONA-GEWINNER

In den Pandemie-Jahren 2020 und 2021 legte der Umsatz im Bereich E-Commerce um 23 und dann weitere 19 Prozent zu, auf 87 Milliarden Euro. Besonders hohe Wachstumsraten werden im Social Commerce erwartet. Wachstumstreiber sind die Generationen Y und Z, also die unter 40-Jährigen. Als Umsatz-Motor entpuppt sich Liveshopping. 2021 ist fast jeder zweite Zuschauer solcher digitalen Veranstaltungen auch zum Käufer geworden.

Andre-Michels.de

info@Andre-Michels.de

ANDRE-MICHEL + CO.
STAHLBAU GMBH



56727 Mayen
02651 96 200

Stahlhallenbau Dachendeckungen
 Wandverkleidungen Tore Türen Fenster

Kongress zur digitalen Realität

Der Mainzer Digitalkongress „MadKon“ findet dieses Jahr zum 5. Mal in Mainz statt – mit dem Ziel, einen fundierten Einblick zum aktuellen Stand und einen Ausblick zum Themenfeld digitale Realität zu geben. Die Digitalisierung lässt die analoge Welt immer mehr mit der digitalen Realität verschmelzen. Wie lebt der digitale Mensch heute? Was bedeutet digitales Arbeiten für Unternehmen, deren Angestellte und Privatmenschen? Durch welche Technologien und Innovationen werden die Grenzen zwischen Realität und Digitalität immer mehr verwischt oder gar aufgelöst?

Die Besucher sollen aktuelle sowie geplante Projekte und Initiativen kennenlernen, in denen System und Technologien vorkommen, welche die zwei Welten

immer mehr vereinen. Ebenso verspricht die MadKon einen Einblick in die Anwendung. Akteure aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft tauschen sich über Zukunft und Möglichkeiten der Technologie aus und können Synergien für künftige Projekte aufzudecken.

INFORMATION

WANN?

Freitag, 4. November 2022

WO?

Hybrider Kongress: Online & Aula der Hochschule Mainz



madkon22.de



nexxt-change Unternehmensbörse

INFORMATION

Die IHK für Rheinhesen veröffentlicht Angebote von Unternehmen auf Partnersuche, Angebote zur Übernahme von Unternehmen sowie Nachfragen von Existenzgründungswilligen.

Die Vermittlung rein finanzieller Beteiligungen sowie eine Unternehmens- oder Immobilienvermittlung ist ausgeschlossen. Anfragen werden, wenn der Einsender nichts anderes bestimmt, der zuständigen IHK oder dem Anfragenden zugeleitet mit der Bitte, den Kontakt selbst herzustellen.

Die Börse und die Bedingungen zu ihrer Verwendung finden sich unter:



nexxt-change.org



IHK für Rheinhesen
Christian Redeke
Tel.: 06131 262-1705
Fax: 06131 262-2705
christian.redeke@rheinhesen.ihk24.de

Verkaufsangebote

Etabliertes, profitables E-Commerce Unternehmen im Bereich Ersatzteile & Zubehör
MZ-A 15/22

+++++

Blumengeschäft
MZ-A 14/22

+++++

Hersteller mechanischer Bauteile für die Eisenbahnindustrie
MZ-A 13/22

+++++

Fachgeschäft für Feinkost, Kaffee, Tee, Spirituosen, Deko mit Getränkeauschank
MZ-A 12/22

+++++

Lottoannahmestelle zu übergeben
MZ-A 11/22

+++++

Elektronik Einzelhandel Mainz / Wiesbaden / Frankfurt
MZ-A 10/22

+++++

Hygienemanagementberatung mit Alleinstellung sucht Nachfolger
MZ-A 9/22

+++++

Fachhandel mit Kundendienst für Elektrohaus- und Einbaugeräte
MZ-A 7/22

55... Lotto / Schreibwaren Kiosk sucht ab sofort Nachfolger/in
MZ-A 6/22

+++++

CNC- Lohnfertigung von Einzelteilen und Kleinserien
MZ-A 5/22

+++++

Solides Maschinenbau Unternehmen mit 57 jähriger Erfahrung sucht Nachfolger
MZ-A 3/22

+++++

Verkauf, Service und Zubehör von Registrierkassen
MZ-A 1/22

+++++

Verkauf TechTex-Verlag
MZ-A 14/21

+++++

Innovatives Naturkosmetik Unternehmen zu verkaufen
MZ-A 13/21

+++++

Fachgeschäft für Gardinen, Bodenbeläge, Sonnenschutz sucht Nachfolger.
MZ-A 12/21

+++++

Online-Shop mit Spezialbekleidung für Sport und Freizeit
MZ-A 11/21

Umwelttechnik - Wasseraufbereitung
MZ-A 10/21

Kaufgesuche

Suche charmantes Gasthaus für Pension und Gastronomiebetrieb
MZ-G 1/21

+++++

Unternehmensbeteiligung im Bereich Kunststofftechnik gesucht
MZ-G 2/21

Büro • Konferenzräume Telefon- u. Postservice

Sie suchen ein Büro, Konferenzräume oder eine Geschäftsadresse ...

... oder vielleicht einen professionellen Telefondienst für Ihre Urlaubsvertretung?

Flexibel, schnell und unkompliziert.

Wir übernehmen das für Sie!
Rufen Sie uns an oder schreiben Sie uns.



Wilhelm-Theodor-Römheld-Str. 14 · 55130 Mainz
Tel.: 06131/921-300 · Mail: mainz@ecos-office.com

AZUBI-FESTIVAL 2022



Ein Dank den Sponsoren und Unterstützern der Veranstaltung:





Azubi-Festival 2022 – Eindrücke und Stimmen

Beim 22. Azubi-Festival auf dem Gelände des ZDF Ende Juli hat die IHK für Rheinhessen die Abschlusszeugnisse in bundesweit einzigartigem Rahmen überreicht – mit mehr als 1.600 Jugendlichen, Eltern, Prüferinnen und Prüfer sowie Vertretern aus Unternehmen und Politik.

„Der erste Berufsabschluss ist etwas ganz Besonderes – und das wollen wir auch in besonderer Form feiern.“

IHK-Präsident Peter Hähner

„Das Festival ist auch eine große Werbeaktion für die Ausbildung im dualen System – gerade in einer Zeit, in der sich immer mehr Jugendliche für ein Studium entscheiden.“

IHK-Hauptgeschäftsführer Günter Jertz

„Eine gute Ausbildung zahlt sich für uns alle aus: für die Absolventinnen und Absolventen, für die Arbeitgeber und die Region.“

Gregor Wichert, stellvertretenden Verwaltungsdirektor und Personalchef des ZDF

„Eine gute Ausbildung bildet die Basis für einen jungen Menschen, seinen Lebensunterhalt selbstständig zu bestreiten. Dafür ist es wichtig, dass ihm die nötigen Fertigkeiten vermittelt werden – hier sind nicht nur rein fachliche Fähigkeiten entscheidend, sondern vor allem die Persönlichkeitsentwicklung.“

Boris Zlotos, Filial- und Personalleiter bei Fahrrad XXL Franz

„Für mich sind es drei Dinge, die eine gute Ausbildung ausmachen: eine moderne Ausstattung, ein gutes Miteinander im gesamten Betrieb und gute Ausbilder, die neben den Ausbildungsinhalten auch immer ein offenes Ohr für alle anderen Themen haben.“

Peter Schneider, Ausbildungsleiter bei SCHOTT

Fotos: Stefan Sämmer



WORMS:
10./11. November

MAINZ:
18./19. November

Tag der Technik
November 2022

Ausprobieren – Mitmachen – Neues kennenlernen

ihk.de/rheinessen/ausbildungsmessen

[f](#) [i](#) /berufsstarter.ihk



Entdecke deinen Traumberuf!

Informationen und Tipps
zu Ausbildung, Weiterbildung & Studium

BerufsInfoMesse | 7. + 8. Oktober
Rheingoldhalle Mainz

bim-rheinessen.de

[i](#) [f](#) /berufsstarter.ihk

[i](#) [f](#) /machdeinhandwerk



Mit der Mainzer Jobmesse Arbeits- und Fachkräfte gewinnen

Kostenfreies Angebot für Mainzer Unternehmen

Am 12. November von 10 bis 15 Uhr haben Mainzer Unternehmen die Chance, ihre offenen Stellen im Rahmen der Mainzer Jobmesse zu präsentieren und mit potentiellen Azubis und Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ins Gespräch zu kommen.

Die Landeshauptstadt richtet erstmalig in Kooperation mit der Mainzer Agentur für Arbeit und dem Jobcenter Mainz sowie mit Unterstützung der IHK und der Handwerkskammer die Messe in der „lulu“ (ehemaliges Karstadtgebäude) in der Ludwigstraße aus. Unternehmen können an Ständen zu Aus-

bildung, Praktika, Quereinstieg und offenen Stellen informieren. Erweitert wird das Portfolio mit Ständen von Institutionen zur Anerkennung ausländischer Abschlüsse, zur Gewinnung von Fachkräften sowie zu interkultureller, beruflicher Integration. Zudem bieten Sprachmittler Unterstützung und Begleitung an.

Oberbürgermeister Michael Ebling und Wirtschaftsdezernentin Manuela Matz freuen sich, gemeinsam mit der Agentur für Arbeit und dem Jobcenter Unternehmen, neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter so-

wie Auszubildende zu begrüßen. Informationen zur Bewerbung um einen kostenfreien Messestand erhalten Mainzer Unternehmen ab dem 1. September 2022 unter



mainz.de/jobmesse

MAINZER JOBMESSE

ANZEIGE

IHR WERBEAUFTTRITT IN REPORT DEM WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR RHEINHESSEN

Mit Report erreichen Sie rund 17.000 Unternehmer/innen in Mainz und Rheinhessen. Und das 6 Mal im Jahr. Die Leser/innen sind die Entscheider im Mittelstand, aus allen Produktions-, Handels- und Dienstleistungsbranchen.

TITELTHEMEN

11
2022

LOGISTIK – LIEFERKETTEN NEU DENKEN

Erscheinungstermin 03.11.2022
Anzeigenschluss 06.10.2022
Druckunterlagen 13.10.2022

1
2023

ZUKUNFT

Erscheinungstermin 23.12.2022
Anzeigenschluss 28.11.2022
Druckunterlagen 05.12.2022



06131 5804 - 96 oder



anzeigen@gzm-mainz.de

„Ohne Gas funktioniert es nicht“

Wie gehen Unternehmen mit den explodierenden Energiekosten um? Vor allem solche, die ohne Gas nicht produzieren können? Ein Interview mit Matthias Hofmeister, Energiereferent, und Anja Schlosser, Nachhaltigkeitsmanagerin bei der Schott AG in Mainz.



Fotos: Jonas Spitra / SCHOTT

Explodierende Energiepreise, Debatten um die Sicherheit der Versorgung und Gas-Lieferstopps: Herr Hofmeister, macht die Arbeit als Energiereferent im Moment noch Freude?

Sie ist jedenfalls gerade eine besondere Herausforderung – wir müssen uns täglich auf Änderungen einstellen. Vom Energieeinkauf übers -management bis in die Produktion: Wir haben schon immer sehr genau geschaut, wo noch mehr Einsparungen möglich sind – jetzt tun wird das unter ständig wechselnden Rahmenbedingungen. Dabei sind wir in regem Austausch mit der Abteilung, die für den Energieeinkauf zuständig ist.

Was hat sich in Ihrem Bereich seit der Explosion der Energiepreise am stärksten verändert?

Unsere Auswertungen zum Energieverbrauch sind gefragt wie noch nie: Vor allem die Daten zum Verbrauch in der Produktion werden häufiger als zuvor erhoben und dann an die jeweiligen Abteilungen weitergeleitet. Sie dienen dort als Entscheidungsgrundlage, ob und welche Einsparungen noch möglich sind, ohne dass die Qualität der Produktion leidet.

Frau Schlosser, Sie koordinieren die Zero-Carbon-Strategie von Schott – damit soll der Konzern bis 2030 klimaneutral werden. Welche Folgen hat die Energiekrise für Ihre Arbeit?

Darauf hat die aktuelle Krise keine direkten Auswirkungen – bei der Verabschiedung der Strategie im Jahr 2020 haben wir uns vorgenommen, mit Hochdruck am Technologiewandel zu arbeiten. Das lässt sich nicht noch weiter beschleunigen. Auch Forschung braucht Zeit. Aber es bestätigt uns natürlich, dass wir in der Forschung die richtigen Fragen stellen.



Um Spezialgläser für Impfstofffläschchen, Handschutzglas oder Mikrochips herzustellen, braucht es Temperaturen von bis zu 1.700 Grad Celsius – welche Rolle spielt Gas dabei?

Anja Schlosser: Die Schmelze des Glases ist ohne Gas nicht möglich – dafür gibt derzeit noch keinen Ersatz. Ohne Gas müsste die Produktion gezielt heruntergefahren werden, um die Zerstörung der Maschinen zu vermeiden. Wenn das flüssige Gas in der Schmelzwanne gefriert, würde das einen wirtschaftlichen und technischen Totalschaden bedeuten. Dabei ist uns die Versorgungssicherheit immens wichtig, da unsere Produktion für den täglichen Bedarf relevant ist. Die Ampullen für den Covid-Impfstoff sind nur ein Beispiel von vielen.

Matthias Hofmeister: Wo es möglich ist, nutzen wir bereits jetzt Strom statt Gas – manche Schmelzwannen werden schon mit einem Stromanteil versorgt und bedient. Doch ohne Gas funktioniert es nicht.

Was können Sie tun, um einen Totalausfall zu verhindern?

Anja Schlosser: Wir haben einen Einkauf, der mit Weitblick agiert, und daher langfristige Gasverträge abgeschlossen hat. Wir investieren massiv in die Infrastruktur, um die Produktion abzusichern. Und wir sind in engem Austausch mit dem Bundesverband Glasindustrie und zuständigen Behörden und Entscheidungsträgern wie dem Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz oder der Bundesnetzagentur, um so frühzeitig wie möglich reagieren zu können.

Im Mai hat Schott gemeinsam mit den Mainzer Stadtwerken ein Pionierprojekt gestartet – die Glasherstellung mit klimafreundlichem Wasserstoff. Vielleicht irgendwann eine Alternative zu Gas?

Matthias Hofmeister: Wir werden im Herbst jedenfalls erstmals an einer Wanne in Mainz testen, wie die Beimischung von Wasserstoff funktioniert und welchen Einfluss das auf die Qualität des Glases hat. Über einen Monat hinweg wird der Wasserstoffanteil im Erdgas-Wasserstoff-Gemisch schrittweise hochgefahren, auf bis zu 35 Prozent.

Anja Schlosser: Ziel ist es, mehr darüber zu lernen, wie sich der Einsatz von Wasserstoff auf den Glasschmelzprozess auswirkt, damit wir längerfristig CO₂-Emissionen vermeiden können. Das ist Pionierarbeit für die Glasindustrie.

Was sind die nächsten Schritte auf diesem Weg?

Anja Schlosser: Die Vorbereitung der Infrastruktur. Dafür wird für den gerade erwähnten Test ein H₂-Tank errichtet und es werden Pipelines verlegt – schließlich gilt es herauszufinden, ob das, was im Kleinen läuft, auch im Großen in der Produktion funktioniert.

INTERVIEW: MELANIE DIETZ UND CARMEN TRONSER, IHK FÜR RHEINHESSEN



ETA-METROPOL ZU GAST BEI SCHOTT

Die Senkung von Energiekosten ist eine komplexe Herausforderung für Unternehmen, gerade angesichts der derzeit explodierenden Preise für Strom und Gas. Kosten, Steuern und Umfragen müssen gemanagt und Innovationen in Produktionsprozesse integriert werden. Das Netzwerk ETA-Metropol Rhein Main Neckar für Energieeffizienz und Klimaschutz geht diese Herausforderungen gemeinsam an. Dafür haben sich die Industrie- und Handelskammern aus den Metropolregionen Rhein-Neckar und Frankfurt-Rhein-Main zusammengeschlossen und eine Plattform für Unternehmen geschaffen. Im Juli war das Netzwerk zu Gast bei der Schott AG in Mainz – mit Einblicken in die Glasproduktion, das Energiemanagement und die Zero-Carbon-Strategie des Unternehmens.



eta-metropol.de



Soforthilfe für Wiederaufbau in der Ukraine

Die Europäische Investitionsbank stellt weitere 1,59 Milliarden Euro für die Ukraine bereit. Damit soll die Infrastruktur wiederaufgebaut und die Wirtschaft stabilisiert werden.

Bereits im ersten Monat nach Kriegsbeginn hat die Europäische Investitionsbank (EIB) 668 Millionen Euro Soforthilfe an die Ukraine ausgezahlt. Nun hat die Bank nachgelegt. In enger Abstimmung mit der Europäischen Union bewilligte sie 1,59 Milliarden Euro. Damit sollen die Wirtschaft und kritische Infrastruktur aufrechterhalten werden. Projekte, die aufgrund des Krieges ausgesetzt wurden, werden wiederaufgenommen. Wie beim ersten Hilfsprogramm handelt es sich auch dieses Mal um günstige Darlehen mit langen Laufzeiten. Um den Finanzierungsbedarf der ukrainischen Regierung zu decken, stellt die Bank kurzfristig 1,05 Milli-

arden Euro bereit. Einen Teil erhalten strategisch wichtige Staatsunternehmen. Außerdem müssen Reparaturen an der kritischen Infrastruktur bezahlt werden. Auch Kommunen werden begünstigt. Sie sollen notwendige Dienstleistungen bereitstellen können, wie beispielsweise den öffentlichen Personennahverkehr. Mit Blick auf die kalte Jahreszeit und mögliche Versorgungsengpässe fließt außerdem Geld in den Energiesektor und in Maßnahmen, die dazu beitragen, Energie effizient zu nutzen.

Schneller Aufbau sozialer Infrastruktur

Seit Beginn ihrer Tätigkeiten im Jahr 2007 hat die EIB in der Ukraine 54 Projekte mit mehr als 8 Milliarden Euro gefördert. Vor allem der Transport- und der Energiesektor haben bisher profitiert. Mit 540 Millionen Euro werden nun einige Projekte wiederaufgenommen, die wegen des Krieges ausgesetzt wurden. Dabei geht es um Maßnahmen im Bildungssektor und Energieversorgung, aber auch Straßen und Infrastruktur sollen gebaut werden.

Die Wiederaufbauprogramme finden nur in den Gebieten statt, die von der ukrainischen Regierung

UKRAINE

Fläche	603.550 km ²
Einwohner	41,1 Mio.*
BIP	2019: 154; 2020: 155,3; 2021: 198,3* Mrd. US-Dollar
Währung	Hrywnja (UAH); 1 UAH = 100 Kopijok 1 Euro = 32,586 UAH

Quelle: GTAI vom Mai 2022 für 2021 (*=Prognose, geschätzter Wert)



kontrolliert werden. Aufgrund der anhaltenden Kampfhandlungen ist damit zu rechnen, dass dem Projektmonitoring eine zentrale Rolle zufällt. Nur wenn das Projekt Fortschritte macht, werden die nächsten Tranchen ausgezahlt.

Nach Angaben des EIB-Präsidenten Werner Hoyer trägt das neue Milliardenprogramm entscheidend „dazu bei, dass das Land seine wichtigsten Aufgaben weiter wahrnehmen kann, nicht zuletzt den schnellen Wiederaufbau sozialer Infrastruktur“.

WIRTSCHAFT HILFT UND HILFE FÜR DIE WIRTSCHAFT

Der Krieg in der Ukraine trifft auch die Unternehmen in Rheinland-Pfalz an vielen Stellen. Gleichzeitig gibt es weiterhin eine enorme Hilfsbereitschaft der Betriebe. Mit dem Portal #WirtschaftHilft geben die Industrie- und Handelskammern in Rheinland-Pfalz Geflüchteten sowie Unternehmen die notwendigen Informationen an die Hand. Es geht darum, wie die Wirtschaft bereits hilft und weiterhin helfen kann – und ebenso um Unterstützung für die Unternehmen angesichts von Sanktionen, Lieferengpässen und steigenden Energiepreisen:



ihk-rlp.de/wirtschafthilft

IHK-Termine International

- 29.09. Webinar: Die Betriebsprüfung im Zollbereich
- 30.09. Online-Sprechstunde Business Scout for Development
- 05.10. Webinar Cross-Border E-Commerce: E-Commerce in Südkorea
- 06.10. Webinar: Arbeitsrecht Türkei
- 12.10. Export- und Zollabwicklung EU und Drittländer – Zollpapiere richtig erstellen
- 08.11. Expertenseminar Warenursprung und Präferenzen
- 17.11. Webinar Cross-Border E-Commerce: E-Commerce in Frankreich

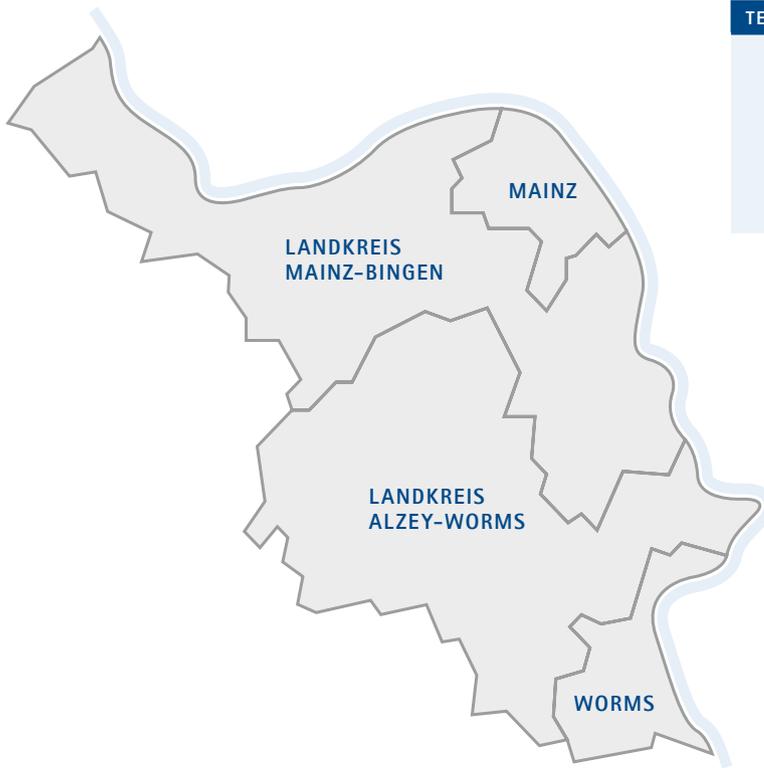


Weitere Infos und Anmeldung unter rheinessen.ihk24.de/international

Wollen Sie immer über unsere Veranstaltungen auf dem Laufenden bleiben? Dann abonnieren Sie unseren kostenfreien Newsletter unter:



rheinessen.ihk24.de/news



TERMINE

Ausgabe	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin
6/22	6. Oktober	3. November
1/23	28. November	23. Dezember

IMPRESSUM

Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt:
Industrie- und Handelskammer für Rheinhessen
Hauptgeschäftsführer Günter Jertz
Schillerplatz 7, 55116 Mainz
Telefon 06131 262-0
rheinhessen.ihk24.de
ISSN 2190-6866

Redaktion: Melanie Dietz (V.i.S.d.P.),
Telefon 06131 262-1005
presse@rheinhessen.ihk24.de
Mitarbeit: Torben Schröder

Satz und Layout:
LOTS OF DOTS MediaGroup. AG
August-Horch-Str. 20, 55129 Mainz
Telefon 06131 91003-0
lots-of-dots.de

Verlag und Anzeigenverwaltung:
gzm Grafisches Zentrum Mainz Bödige GmbH
Dekan-Laist-Straße 38, 55129 Mainz
Telefon 06131 5804-0

Anzeigenabteilung:
Telefon 06131 5804-0

Anzeigenleitung:
Jürgen Bödige, Telefon 06131 5804-0
Fax 06131 5804-15, anzeigen@gzm-mainz.de

Layout-Konzeption:
3st – Kommunikation GmbH
Tanusstraße 59 – 61, 55120 Mainz,
Telefon 06131 49961-0

Erscheinungsweise: 6 x im Jahr
Der Bezug der IHK-Zeitschrift erfolgt im Rahmen der
grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied der IHK.

Namentlich gekennzeichnete Artikel geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Nachdruck von Texten und Bildern nur auf Anfrage und mit Quellenangabe gestattet.

Im Sinne einer besseren Lesbarkeit der Texte wurde von uns entweder die männliche oder weibliche Form von personenbezogenen Hauptwörtern gewählt. Dies impliziert keinesfalls eine Benachteiligung anderer Geschlechterzugehörigkeiten. Alle Geschlechter mögen sich von den Inhalten gleichermaßen angesprochen fühlen.
Druckauflage: 17.000

Anzeigenwerbung im IHK Report

Ja, ich möchte eine Anzeige im IHK Report schalten.
Bitte senden Sie mir die aktuelle Preisliste zu.

Einfach faxen 061 31 5804-15 oder abtrennen und senden an
Grafisches Zentrum Mainz Bödige GmbH, Dekan-Laist-Straße 38, 55129 Mainz
Nähere Informationen unter: www.gzm-mainz.de

Name Firma

Straße PLZ Ort

Telefon Telefax E-Mail

Der Supermix

Greatest Hits und das
Beste von heute



**ANTENNE
MAINZ**

106.6

jähriges Jubiläum



In jeder Herausforderung steckt eine Chance: Wir finden sie.

Die Welt ist in Bewegung: Märkte und Geschäftsmodelle verändern sich rasanter denn je. Umso wichtiger, einen Partner zu haben, der Ihre Ziele fest im Blick behält. Mit der LBBW an Ihrer Seite meistern Sie die Herausforderungen des Wandels

und bleiben langfristig erfolgreich. Warten Sie nicht länger und nehmen Sie die Zukunft selbst in die Hand – besuchen Sie uns am besten noch heute auf www.LBBW.de

Bereit für Neues

LB  BW