

WIRTSCHAFTS MAGAZIN

PFALZ

www.pfalz.ihk24.de

AUSGABE
09/10
2022

TITELTHEMA

WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS

DER TOURISMUS IN DER PFALZ HAT EINE HOHE WIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG, SCHÖPFT ALLERDINGS SEIN POTENZIAL (NOCH) NICHT VOLL AUS: EINE AKTUELLE STUDIE SCHAFFT DIE GRUNDLAGEN, UM DEN REGIONALEN TOURISMUS WEITERZUENTWICKELN.

Seite **08**



PERSÖNLICH

Weckruf Deutschland –
innovative Kräfte entfesseln
S. 05

SERVICE & TIPPS

Strengere Nachweispflichten
im Arbeitsverhältnis
S. 28

GASTKOMMENTAR

Wir brauchen keine
Beschichtigungen
S. 36



Die Pfalz packt sich ein Stück Heimat in die Tüte

Das diesjährige Aktionswochenende der bundesweiten Kampagne „Heimat shoppen“ am 9. und 10. September fand viel Anklang in den 26 teilnehmenden Städten und Gemeinden. Unter dem Motto #EineInnensstadtFürAlle(s). beteiligten sich in der Pfalz rund 780 Unternehmen und zeigten, was ihre Stadt zu bieten hat. Mit dem

diesjährigen Motto „Unsere Innenstadt lieben, leben, erleben“ sollen die Weichen für ein Umdenken gestellt werden. Es ist an der Zeit, die innenstädtischen Funktionen wie Handel, Tourismus, Gastronomie, Dienstleistung und Kultur neu zu denken. Die Aktionstage als Highlight der Kampagne zielten somit darauf ab, die Belebung der

Innenstädte aktiv zu unterstützen und den derzeitigen Transformationsprozess als Chance wahrzunehmen. ■

Die Kampagne „Heimat shoppen“ ist eine Initiative der IHK Pfalz, sie begleitet Heimat shoppen digital auf dem Instagram-Account [@heimatshoppen_pfalz](#) und über Facebook [/ihkpfalz](#)



Bildergalerie auf ihkpfalz-interaktiv.de





» Astrid Reuter
mit Künstler
Markus Stürmer

Regionalität ist Trumpf

Pfälzer Sekt, Saft und Salat, Wein sowie Wurstkonserven aus regionaler Produktion – all das ist seit Ende August auf einer Säule im Ludwigshafener Bio-Feinkostladen Kichererbse zu sehen. Das Gemälde wirbt für die Pfälzer Biokiste, die Inhaberin Astrid Reuter nach Wunsch befüllt und auch verschickt.

Seit knapp zwei Jahren bietet Astrid Reuter die Pfälzer Biokiste an. Rund 40 Produkte von zwölf regionalen Herstellern stehen zur Wahl. „Mir ist es wichtig, die regionalen Produkte bekannt zu machen“, betont sie. Neben Hochprozentigem gibt es Wurst im Glas und Honig. Aber auch Öle werden in der Pfalz hergestellt, oder Mehle und Nudeln.

Um für ihr Angebot zu werben, hat sie eine Säule im Schaufenster ihres Geschäfts

von dem Künstler Markus Stürmer gestalten lassen. Inspiriert dazu haben sie die derzeit überall zu sehenden „Murals“.

Reuter freut sich über den neuen Blickfang in ihrem Traditionsgeschäft, das sie nach 42 Jahren zum Jahresende an Maria Helm übergeben wird. Eigentlich wollte die Gründerin des Bio-Feinkostladens sich schon Ende 2020 zurückziehen (wir berichteten in Ausgabe 11/12 2020), doch die Pandemie und im Januar 2021 der plötzliche Tod ihres Geschäftspartners Willi Faßbender machten den Übergabe-Plänen einen Strich durch die Rechnung. ■ (rad)

 www.kichererbse-naturkost.de

« Inspiriert von „Murals“:
die neue Werbesäule

» So sieht sie aus:
die Pfälzer Biokiste



In eigener Sache

Aufgrund einer Cyber-Angriffe wurden die IT-Systeme aller IHKs im August vorsorglich vom Internet getrennt, um möglichen Schaden zu vermeiden und Datensicherheit zu gewährleisten. Mittlerweile ist die Homepage der IHK Pfalz wieder online und wir sind neben Telefon und Fax auch wieder per Mail erreichbar.

Die Untersuchungen dauern an. Der technische Dienstleister der Industrie- und Handelskammern IHK-GfI arbeitet hier intensiv mit dem

Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) und Ermittlungsbehörden zusammen. Die Zentral- und Ansprechstelle Cybercrime NRW hat die Ermittlungen übernommen.

Fast alle IHK-Services laufen wieder – entweder regulär oder über einen alternativen Weg. Wir arbeiten mit Hochdruck daran, alle IT-Systeme nach intensiven Prüfungen wieder online zu stellen. Hierbei steht selbstverständlich die Sicherheit im Mittelpunkt. Aktuelle Informationen gibt es immer unter www.dihk.de.

Wir bitten Sie, die Unannehmlichkeiten zu entschuldigen. Gerne sind wir wie immer auch persönlich für Sie da. ■

Stand: 15. September





ATTRAKTIVE ARBEITGEBER IM TOURISMUS

Geht das aus **eigener Kraft** oder
ist auch die **Politik in der Pflicht?**



Heike Knauf ist ausgebildete Hotelfachfrau und studierte Betriebspädagogin/Personalentwicklerin. Im Parkhotel Landau ist sie für HR und Personalentwicklung verantwortlich. Das Parkhotel Landau hat rund 50 Mitarbeitende und unlängst eine eigene Arbeitgeber-Marke „ÄänzicharDICH – Team Parkhotel Landau“ gelauncht.



Diskutieren Sie
mit auf [ihkpfalz-
interaktiv.de](http://ihkpfalz-interaktiv.de)



Alf Schulz ist Geschäftsführer des Bremerhof in Kaiserslautern. Er betreibt das Ausflugslokal mit kleinem Hotel und Biergarten mit rund 50 Angestellten und Aushilfen. Schulz ist seit neun Jahren Vizepräsident des Dehoga Rheinland-Pfalz.

„Man müsste mal was gegen das schlechte Image im Gastgewerbe tun.“ Wie oft habe ich das in den letzten 20+ Jahren gehört. Enttäuschend für mich, die ich die Branche als Schmelztiegel von Charakteren kenne, die – mit Diversität und Know-how ausgerüstet – einfach machen, statt zu reden.

Seltsam, dass in puncto Mitarbeitendenbindung (und Recruiting) aber oft noch halbherzig agiert wird. Liegt vielleicht daran, dass der Personalbereich vielerorts eben Chefsache ist – nicht im besten Sinne, sondern als Nebenbei-Aufgabe. In einer Branche, in der Erfolg und Misserfolg so stark von der Leistung einzelner Mitarbeitenden abhängen, wird leider zu selten in professionelle Personalarbeit investiert. Vielmehr verharrt man oft in alten Denkmustern, die Mitarbeitende nicht als Partnerinnen und Partner des Unternehmenserfolgs sehen, denen man vertraut und auch etwas zutraut. Das treibt viele Angestellte

um: Nicht eingehaltene Versprechungen rund um Arbeitsbedingungen, Verantwortung und Selbstbestimmung motivieren sie zur Suche nach einem neuen, einem besseren Arbeitsplatz. Sorry, diese Verantwortung kann ich als Arbeitgeber oder Arbeitgeberin nicht abwälzen. Denn nur wir selbst können was für's eigene Image tun und damit mittelfristig für eine ganze Branche.

Kenne dein Produkt (= Arbeitsplatz) mit allen Stärken und Schwächen. Sei transparent, verbindlich und werde besser. Dazu gehört, ehrlich mit sich selbst ins Gericht zu gehen: Was läuft bei mir gut und was schlecht? Einfach mal die eigenen Leute befragen, hilft dabei, denn die sind schließlich die Referenz. Wer das alleine nicht hinbekommt, muss sich Hilfe ins Haus holen mit Menschen, die fachlich ausgebildet sind und professionelle Personalarbeit leisten können. Und nicht auf Hilfe von diffusen Dritten warten. Das „Machen“ zeichnet gute Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber aus. ■

Der Branchenverband Dehoga hat in Rheinland-Pfalz mit neuen Entgelt- und Manteltarifverträgen für das Gastgewerbe seinen Beitrag zur Attraktivitätssteigerung der Beschäftigung in Gastronomie und Hotellerie geleistet. Dabei wurden auch die besonderen Rahmenbedingungen des Tourismus und des Gastgewerbes des Landes berücksichtigt. So sollen beispielsweise trotz landesweit starker saisonaler Nachfrage-Schwankungen durch Jahresarbeitszeitkonten zukünftig möglichst viele Dauerarbeitsplätze geschaffen und gesichert werden. Ebenso enthält dieser eine signifikante Verbesserung der Ausbildungsvergütungen sowie eine Anhebung des Ecklohns um mehr als ein Drittel. Die Einstiegsgruppen des neuen Entgelttarifs liegen zukünftig stets über dem gesetzlichen Mindestlohn.

Trotzdem fehlen uns Mitarbeiter. Kaum eine Branche hat so sehr unter den Lockdowns der letzten zwei Jahre gelitten wie das Gastgewerbe. 25 Prozent unserer Mitarbeiter sind

in andere Branchen abgewandert. Eine Trendumkehr ist noch nicht in Sicht. Die anhaltende Unsicherheit, die politische Entscheidungsträger vermitteln, bremst die Nachfrage.

Tourismus und Gastgewerbe werden noch Jahre benötigen, um sich von der Pandemie zu erholen. Fachkräfte aus dem Ausland können Teile der Lösung sein, doch hier scheitert die Umsetzung an bürokratischen Hürden. Ganz klar ist die Politik in der Pflicht, schnelle und praxisnahe Ansätze zu präsentieren.

Angesichts dieser Herausforderungen und der Gesamtsituation verbieten sich Steuererhöhungen. Es ist dringend geboten, die steuerliche Gleichbehandlung von Essen dauerhaft einzuführen. Mit der Entfristung der sieben Prozent Mehrwertsteuer für die Gastronomie werden die dringend benötigten Perspektiven geschaffen. Gleichzeitig wird damit die überfällige steuerliche Gleichbehandlung von Essen hergestellt. ■

PRO

CONTRA



Die ausufernde Bürokratie nervt, demotiviert Fachkräfte und **lähmt** unseren Standort.

Weckruf Deutschland

– innovative Kräfte entfesseln

Beim Get-together einer IHK-Veranstaltung erklang hinter mir „This is the end of the world as we know it“. Der Song von R.E.M., der als Klingelton genutzt wurde, löste bei mir am Tisch eine längere Diskussion aus. „Das passt ja genau zur aktuellen Situation in Deutschland“, begann diese zu meiner Linken. Es folgte eine rasche Aufzählung der Krisen, die unser Land und die ganze Welt momentan bewegen: Krieg in Europa, hohe Inflation, Hitzewellen und Niedrigwasser, versagende Infrastrukturen und Fachkräftemangel – bis hin zu Affenpocken, Corona und anderen Viren.

Ich möchte hier nichts kleinreden. Die Herausforderungen für unsere Gesellschaft sind gewaltig. Was mich dagegen nachdenklich stimmte, war die depressive Stimmung und Ergebnislosigkeit, mit der sich meine Tischnachbarn in die Situation fügten. Die Problembeschreibung nahm viel Zeit ein, über mögliche Lösungen wurde dagegen kaum gesprochen. Tenor: „Da kann man eh nichts machen.“

Das mag pathetisch klingen, aber mir schoss durch den Kopf: „Wir sind doch das Land der Dichter und Denker – und heute auch das der Ingenieure und Tüftler.“ Unsere besten Köpfe sollten wir an die Herausforderungen der Digitalisierung, die Bekämpfung von Krankheiten, die Energie- und Verkehrswende und an die Suche nach neuen Geschäftsmodellen setzen. Stattdessen machen wir unseren Fachkräften, von denen wir sowieso zu wenige haben, das Leben mit kiloweise Bürokratie schwer und rauben ihnen die knappe Zeit mit Formularen und komplexen Genehmigungsverfahren.

Ein paar Beispiele gefällig?

1. Die Bundesländer haben es nicht hinbekommen, sich auf ein einheitliches Verfahren zur Erklärung der neuen Grundsteuer zu verständigen. Jedes Unternehmen und jeder

Bürger, der Grundstücke in verschiedenen Ländern besitzt, muss sich nun mit unterschiedlichen Formularen herumschlagen.

2. Das Lieferkettensorgfaltsgesetz hatte hehre Ziele, zwingt Unternehmen nun aber, die komplette Zulieferkette zu durchleuchten. Ein gigantischer Aufwand, für Mittelständler kaum leistbar.

Und 3. die Umsetzung der Arbeitsbedingungsrichtlinie, die auch das reine Kopieren von Gesetzespassagen in alle Arbeitsverträge vorsieht – denn im Jahre 2022 ist nur die Papierform erlaubt.

Die ausufernde Bürokratie nervt, demotiviert Fachkräfte und lähmt unseren Standort. Die Politik muss endlich den Mut finden, das bürokratische Dickicht nachhaltig zu lichten. Genehmigungsverfahren müssen deutlich vereinfacht und verkürzt werden, Formulare entschlackt und etliche Regelungen komplett gestrichen werden. Wir brauchen wieder Zeit für das Wesentliche. Dann steigen auch unsere Chancen, die echten Krisen zu bewältigen. ■

Albrecht Hornbach,
Präsident der IHK Pfalz



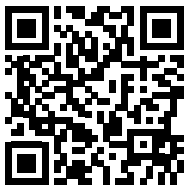
Diskutieren
Sie mit auf
[ihkpfalz-
interaktiv.de](http://ihkpfalz-interaktiv.de)



Interaktiv dabei!

Abstimmen, kommentieren und teilen: Auf der Kommunikationsplattform „IHK Interaktiv“ können Leser noch mehr Inhalte entdecken und aktiv mitmachen.

www.ihkpfalz-interaktiv.de



MINUS 40 PROZENT UMSATZ

verbuchte allein das Gastgewerbe in den Jahren 2020 und 2021 (gegenüber 2019). In der Reisewirtschaft fiel der Einbruch mit 71 Prozent im Jahr 2020 sogar noch drastischer aus.

Quelle: Statistisches Bundesamt, 2022



02

Heimat shoppen



28

Strengere Nachweispflichten im Arbeitsverhältnis seit 1. August

30

Wissen und Können im Beruf anerkennen lassen: So geht's





22

Geistreiche 175 Jahre
liegen hinter BERKEL

08

Wirtschaftsfaktor Tourismus

Mehr als 2,2 Milliarden Euro Umsatz, 60 Millionen Tagesgäste, fast sieben Millionen Übernachtungen und mehr als 70 Millionen Aufenthaltstage. Die Zahlen sprechen für sich – und doch ist noch deutlich Luft nach oben.



02-03

QUERBEET

04

KONTROVERS

Attraktive Arbeitgeber im Tourismus
– geht das aus eigener Kraft oder
ist auch die Politik in der Pflicht?

05

PERSÖNLICH

Weckruf Deutschland
– innovative Kräfte entfesseln

08-15

TITELTHEMA

Wirtschaftsfaktor Tourismus

Schlüsselfaktor Dachmarke
Pfalz | Mehr Wertschätzung
gefordert | Positives aus dem
Westen | Nationale Plattform

16-25

WIR IN DER PFALZ

26-31

SERVICE & TIPPS

32-33

NEUES AUS RHEINLAND-PFALZ

34-35

FEIERABEND

36

GASTKOMMENTAR

Die Party ist vorbei ...

2,2

MILLIARDEN

Euro Umsatz generiert der Tourismus in der Pfalz, **643 Millionen entfallen auf Übernachtungsgäste** und 1,6 Milliarden Euro auf Tagesgäste.

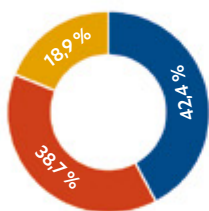
Quelle: Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Pfalz 2019“



Wirtschaftsfaktor Tourismus

Direkte Profiteure des Tourismus

Gesamt
2.230,8 Millionen Euro



 **Gastgewerbe**
946,4 Mio. €

 **Einzelhandel**
862,9 Mio. €

 **Dienstleistungen**
421,5 Mio. €

Der Tourismus in der Pfalz hat eine hohe wirtschaftliche Bedeutung, schöpft allerdings sein Potenzial (noch) nicht voll aus: Eine aktuelle Studie im Auftrag von IHK Pfalz, Pfalz Touristik und ZukunftsRegion Westpfalz analysiert den wichtigen Wirtschaftsfaktor Tourismus und schafft so die Grundlage, um ihn weiterzuentwickeln. Für die Untersuchung hat die Tourismusberatung dwif-Consulting GmbH neben der gesamten Pfalz auch die Landkreise Germersheim, Südwestpfalz, Kaiserslautern, Kusel und den Donnersbergkreis sowie die Städte Speyer, Pirmasens, Zweibrücken und Kaiserslautern untersucht. Die ZukunftsRegion Westpfalz hatte die Teilstudien für alle größeren Gebietskörperschaften der Westpfalz in Auftrag gegeben.

VON MARION RASCHKA

Die Fakten sprechen eine deutliche Sprache: Mehr als 2,2 Milliarden Euro Umsatz, 60 Millionen Tagesgäste, fast sieben Millionen Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben und zusätzlich mehr als vier Millionen Übernachtungen bei Verwandten und Bekannten, in der Summe mehr als 70 Millionen Aufenthaltstage. Diese Zahlen für 2019 zeigen anschaulich die große Bedeutung des Tourismus für die Pfalz. Davon profitieren nicht nur das Gastgewerbe, der Einzelhandel und die Dienstleistungsbranche. Der Tourismus als klassische Querschnittsbranche sorgt auch

für mittelbare Wertschöpfung. Aus den gesamten Umsätzen im Pfälzer Tourismus ergeben sich ein Einkommensäquivalent von knapp 37.000 Arbeitsplätzen und über 200 Millionen Euro an Mehrwert- und Einkommensteuer pro Jahr.

Zwei Drittel durch Tagestouristen

Von den 2,2 Milliarden Euro Gesamtumsatz entfallen zwei Drittel auf den Tagestourismus, so ein überraschendes Ergebnis der Studie. Sie ergeben sich durch direkte Ausgaben der Gäste für Restaurantbesuche, Stadtführungen und Eintrittsgebühren, blei-



ben aber auch in Lebensmittelgeschäften oder beim ÖPNV. Lars Bengsch, Geschäftsführer der Tourismusberatung dwif, fasst zusammen: „Ich denke, dass dies nicht allen präsent ist. Diese hohe Bedeutung ist eine Folge der einwohnerstarken tages touristischen Quellgebiete Rhein-Neckar und Rhein-Main vor der Haustür. Dadurch kann in der Pfalz ein Tourismusangebot geschaffen und aufrechterhalten werden, das natürlich auch den Übernachtungsgästen zugutekommt. Ohne den Tagestourismus gäbe es diese Angebotsvielfalt nicht.“

Regional große Unterschiede

Spitze bei den Tagesreisen sind in den untersuchten Teilregionen die Städte Kaiserslautern (5,8 Millionen) und Speyer (5,2 Millionen). Die höchsten Bruttoumsätze generieren mit jeweils mehr als 200 Millionen Euro die Städte Zweibrücken (aufgrund des Outlet-Centers) und Kaiserslautern. Für Hans-Günther Clev sind genau diese Zahlen enorm wichtig. Der Geschäftsführer des Vereins ZukunftsRegion Westpfalz kann anhand der Studie nun seine Werbemaßnahmen besser planen: „Wenn Sie einen Anteil von 98 Prozent Tagestouristen in Kaiserslautern haben, dann brauchen Sie nicht in Brandenburg zu werben.“ Stattdessen könne die Stadt stärker für ihre kulturellen

Höhepunkte werben und aus den Tagestouristen dann doch noch Übernachtungsgäste machen.

Für Übernachtungsgäste sind derzeit vor allem der Landkreis Südwestpfalz mit 700.000 Übernachtungen, die kreisfreie Stadt Speyer und der Landkreis Kaiserslautern (jeweils 400.000) attraktiv.

Einige Landkreise, zum Teil touristische Schwergewichte, sind zwar in den Gesamtzahlen für die Pfalz enthalten, haben aber keine eigenen Detailstudien erstellen lassen. Das heißt, dass die regionalen Unterschiede gegebenenfalls etwas anders aussehen könnten.

Branchenübergreifende Marke

Aus einer weiteren Studie (Tourismusstrategie Pfalz 2025+ im Auftrag der Pfalz Touristik) hat Bengsch mit seinem Team zentrale Handlungsfelder mit entsprechenden Schlüsselmaßnahmen für den Tourismus in der Pfalz herausgearbeitet. Zwei davon erläutert er näher: „Die Pfalz ist angesichts ihrer bundesweiten Bekanntheit, der starken pfälzischen Identität in der Bevölkerung, der hohen Sympathiewerte und des hohen wirtschaftlichen Potenzials der Region ein ‚schlafender Riese‘. Die Marke Pfalz hat nicht nur das Potenzial, zu einer starken touristischen Marke weiterentwickelt zu werden, sondern auch zu einer Standortmarke, von der auch weitere Branchen, wie beispielsweise Wein, Nahrungsmittel, Holzwirtschaft, Mode oder Textil profitieren können.“

Es sei schade, dass die Pfalz trotz dieser Ausgangsvoraussetzungen aufgrund ihrer gelebten Kleinteiligkeit dieses Potenzial bislang nicht gehoben habe. „Der Prozess der Tourismusstrategie hat deutlich gemacht, dass die Herausarbeitung einer branchenübergreifenden Marke ‚Pfalz‘ (nach den Vorbildern Eifel, Südtirol, Allgäu, Schwarzwald) eine der zentralen Aufgaben in den kommenden Jahren sein muss“, so Bengsch.

Um zukünftig im touristischen Wettbewerb bestehen zu können, sei es wichtig, dass die in der Pfalz noch sehr ausgeprägten lokalpolitischen Kirchtürme abgebaut, Doppelstrukturen



↑ Lars Bengsch von der Tourismusberatung dwif

INFO

Studienergebnisse
im Detail:





UMWEG- RENTABILITÄT

bedeutet, dass der **indirekte Nutzen** zu einer Gesamtrentabilität führt.



Anna Königstein,
Tourismusexpertin
der IHK Pfalz

und -zuständigkeiten perspektivisch reduziert, Mittel gebündelt und die fachliche Zusammenarbeit und das Gemeinschaftsgefühl unter den Tourismusorganisationen in der gesamten Pfalz gestärkt werden. „Die Pfalz Touristik als zentrale Destinationsmanagement-Organisation muss hierfür deutlich gestärkt werden“, fordert der Tourismusexperte.

Weg vom Klein-Klein

Auch politisch sieht Bengsch den einen oder anderen Hebel, um die Tourismusmarke Pfalz voranzubringen: „Tourismus ist leider eine freiwillige Aufgabe für die kommunalen Gebietskörperschaften, und eine Unterstützung des Tourismus wird immer noch zu oft in Frage gestellt. Wir brauchen ein klares Bekenntnis zum Tourismus. Die Erkenntnis, dass Investitionen in den Tourismus eine hohe Umwegrentabilität verursachen und mehr Geld bringen als sie kosten, muss sich durchsetzen. Und letztlich ist es natürlich wichtig, die Mittel zu bündeln und gemeinsam mit einer starken Dachorganisation als Pfalz im internationalen und nationalen Wettbewerb aufzutreten. Das häufig auch politisch verursachte Klein-Klein muss aufhören.“

Da geht noch mehr

In die gleiche Kerbe schlägt Anna Königstein, Tourismusexpertin der IHK Pfalz: „Nur wenn wir es schaffen, die Kräfte der vielen Tourismusakteure in den Gemeinden, Vereinen und Organisationen zu bündeln, können wir unsere Region deutschlandweit noch besser

vermarkten. Dann gewinnen wir auch mehr Gäste, die länger in der Pfalz bleiben und entsprechend mehr Geld hierlassen.“ Nach Einschätzung der IHK hat die dwif-Studie die Erwartungen erfüllt, sie liefert ausreichend Ansätze für Handlungsempfehlungen. Königstein sieht darin einen Wegweiser für Pfälzer Unternehmer und IHK Pfalz gleichermaßen, gab es doch bisher kaum belastbare Daten zum Wirtschaftsfaktor Tourismus in der Pfalz: „Wir sehen an den Ergebnissen ganz deutlich, dass sich die Wertschöpfung durchaus noch steigern lässt.“ Alleine das Gastgewerbe macht sieben Prozent der IHK-Mitgliedsunternehmen aus; rechnet man mittelbar betroffene Branchen wie Lebensmittelhandel, Verkehrsbetriebe und touristische Einrichtungen hinzu, steigen die Zahlen der profitierenden Unternehmen exponentiell.

Die Pfalz als Ganzjahresziel

Dass die Pfalz kein saisonales Produkt ist, sondern durchaus ein Ganzjahresziel, war für die IHK-Expertin eines der überraschendsten Ergebnisse: „Bisher dachten wir, dass Frühjahr und Herbst touristische Schwerpunkte für Wanderer und Radfahrer bilden. Doch die Studie hat gezeigt, dass gerade beim Tages-tourismus wenig jahreszeitliche Schwankungen vorkommen. Die Pfalz kann also ein attraktives Ganzjahresziel sein.“

Kennzeichen der überraschend starken Tages-touristen-Fraktion ist laut Königstein, dass

KONTAKT

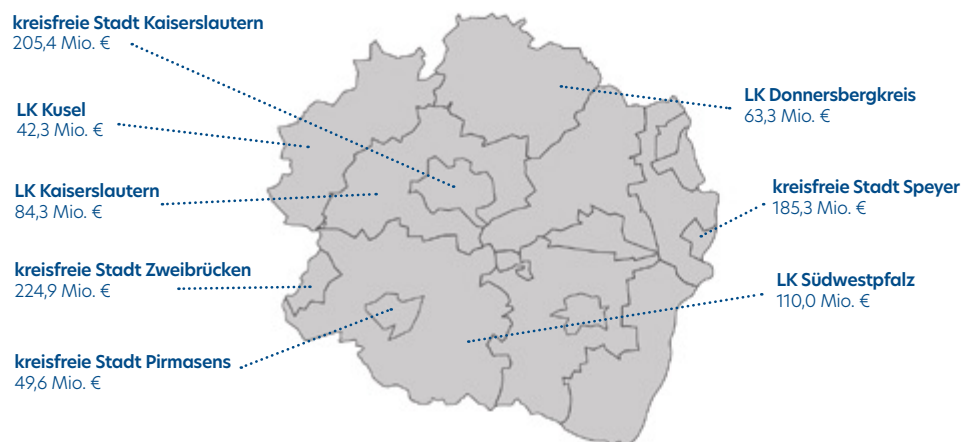
Anna Königstein

0621 5904-1520
anna.koenigstein
@pfalz.ihk24.de

Justine Markisch

0621 5904-1540
justine.markisch
@pfalz.ihk24.de

Verteilung der Bruttoumsätze





sie überwiegend aus der näheren Umgebung (Radius 25 Kilometer) stammt. „Das heißt, dass es außerhalb des engen Radius noch Gästepotenzial gibt, etwa aus angrenzenden Bundesländern, und dass wir als Gastgeber die Angebote so ausweiten sollten, dass Besucher länger bleiben. Und: Die Pfalz als touristische Destination muss bundesweit und über die Grenzen hinaus attraktiv werden.“

Königstein verweist ebenfalls auf die Kleinteiligkeit der bisherigen Tourismusförderung, die sich für die Entwicklung der Dachmarke Pfalz als Hemmschuh erweist. „Die Frage ist, wie schnürt man gemeinsam ein attraktives Paket, in dem nicht nur eine Region, etwa die Südwestpfalz, sondern auch Süd-, Nord- und Vorderpfalz mit attraktiven Angeboten vorkommen. Besuchenswerte Ziele liegen ja in der Pfalz oft nicht mehr als eine Autostunde voneinander entfernt.“

Perspektiven bieten

Nach dem starken Einbruch während Corona zeigt die dwif-Studie, die auf Zahlen aus dem Vor-Corona-Jahr 2019 fußt, dass die Branche in vielen Bereichen noch wachsen kann. „Wir müssen jetzt gemeinsam mutig und perspektivisch an der Weiterentwicklung arbeiten. Ein Beispiel: Die Beherbergungsdauer von Pfalzgästen kann durchaus gesteigert werden. Dafür allerdings müssen sämtliche Beteiligten an einem Strang ziehen.“

Ein Beispiel: Nachholbedarf besteht bei gut ausgestatteten Pfälzer Wellness-Hotels.

Derzeit unterstützt die IHK Pfalz touristische Betriebe vorrangig in den Bereichen Fachkräfte, Digitalisierung, Online-Marketing u.ä. Eine Initiative ist zum Beispiel die „Working Family“, in der sich familiengeführte Unternehmen aus Hotellerie und Gastronomie vernetzt und eine gemeinsame Stellenbörse geschaffen haben (siehe auch S. 32). Im Sommer hat die IHK Pfalz einen Sprechtag für Online-Marketing im Tourismus und einen Webseiten-Check angeboten. Auf der Basis der Studie will die IHK außerdem an Kommunal- und Landespolitik appellieren: „Zum einen, was den Haushalt angeht, denn unseres Erachtens sollte die Tourismusförderung eine Pflichtaufgabe im kommunalen Haushalt werden. Zum anderen wenden wir uns an die Landesregierung, denn im Zuge des Landesschwerpunkts ‚Innenstädte der Zukunft‘ ist Tourismus bereits mitgedacht. Auch hier sehen wir Handlungsbedarf.“

Die IHK Pfalz plant 2023 außerdem, eine Tourismuswoche Pfalz ins Leben zu rufen, um Netzwerke und Zusammenarbeit zu fördern. Themen sollen unter anderem Diversität und Digitalisierung sein. „Noch fehlt das Zusammengehörigkeitsgefühl innerhalb der Branche, der Teilregionen und der öffentlichen Stellen“, so Königstein. „Dabei sitzen wir alle in einem Boot.“ ■

ÜBER 5.450

Quadratkilometer erstreckt sich die Pfalz und ist damit **gemessen an der Fläche die größte Tourismusregion** von Rheinland-Pfalz.

Quelle: Studie Statistisches Landesamt Bad Ems, 2020

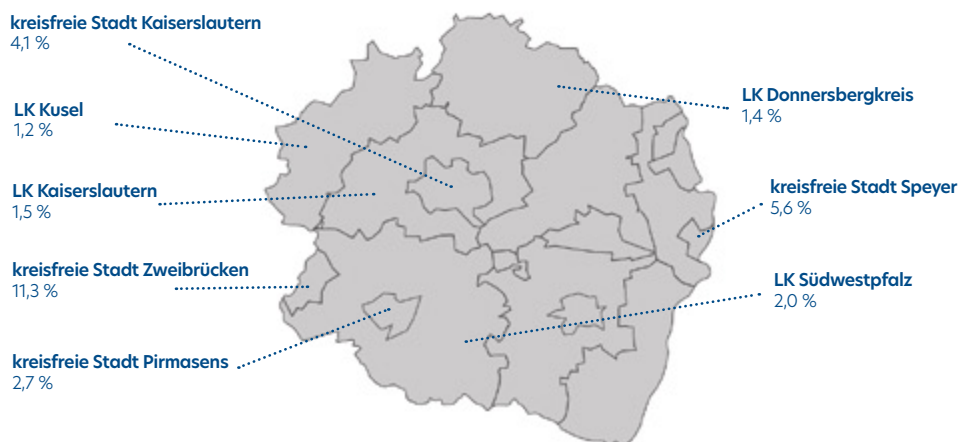
„Gemeinsam sind wir stark“

Unter diesem Motto haben sich die Working-Family-Betriebe zusammengefunden, um gemeinsam Beschäftigte für die rheinland-pfälzische Hotellerie und Gastronomie zu gewinnen. Mit einer Sommer-Azubi-Aktion und einem Podcast für Azubis wollen die Mitglieder das Image der Branche verbessern. Beim letzten Treffen fand parallel zu den Kreativworkshops ein Fotoshooting statt, das Betriebe und Mitarbeitende ins perfekte Licht setzt. Das Bildmaterial kann von Mitgliedern für Webseiten und Werbemedien genutzt werden.



www.working-family.de

Touristischer Einkommensbeitrag (in %)





Schlüsselfaktor **Dachmarke Pfalz**

Wenn eine pfälzische Region touristisch gut erschlossen ist, dann die Südwestpfalz. Gäste kommen hier seit langem her, viele sind „Wiederholungstäter“. Im Gespräch erläutert Michael Zwick in seiner Doppelfunktion als Bürgermeister der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland und stellvertretender Vorsitzender der Pfalz Touristik seine Erkenntnisse aus der Studie und seine Vorstellungen zur künftigen Entwicklung des Pfalz-Tourismus.



⬆ Michael Zwick ist Bürgermeister der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland und stellvertretender Vorsitzender der Pfalz Touristik.

Welche Erkenntnisse aus der aktuellen Studie haben Sie als erfahrenen Tourismusförderer am meisten überrascht?

„Um ehrlich zu sein, hatte ich die meisten Resultate erwartet. Was mich überrascht hat, waren die Daten rund um den Tagestourismus, insbesondere die zahlreichen Tagesgäste in Zweibrücken. Auf den zweiten Blick natürlich erklärbar durch das Outlet-Center, das jährlich mehrere Millionen Besucher in die Region lockt. Positiv überrascht hat mich außerdem der hohe Bruttoumsatz von 2 Milliarden Euro durch den Tourismus insgesamt, das ist auf jeden Fall eine Hausnummer, die für die gesamte Branche spricht.“

Welchen Nutzen ziehen Sie als Politiker aus der Studie?

„Ich bin froh, dass wir endlich wissenschaftlich fundiert ermitteltes, aktuelles Zahlenmaterial gebündelt an der Hand haben, weil sich damit viel besser und überzeugender argumentieren lässt.“

Haben Sie als stellvertretender Vorsitzender der Pfalz Touristik bereits Pläne gemacht, wie der Verein die Studienergebnisse konkret umsetzen kann?

„Gerade befinden wir uns in der Pfalz am Ende eines umfassenden Strategieprozesses: Der Pfalz-Tourismus soll auf neue Beine gestellt und die Pfalz Touristik organisatorisch gestrafft werden. Denn wir haben festgestellt, dass wir als Pfalz Touristik mit anderen

Ferienregionen, was die personelle und die finanzielle Ausstattung anbelangt, bei weitem nicht mithalten können. Straffung bedeutet in diesem Fall nicht weniger Personal oder Budget, denn wir müssen auf Pfalz-Ebene noch viel mehr ins gemeinsame Marketing investieren und das Management effektiver gestalten.“

Was ist für Sie die zentrale Botschaft an sämtliche Tourismusbeteiligten in der Pfalz?

„Wir müssen die Pfalz als Dachmarke stärken, um national und international in der Lage zu sein, mit Konkurrenzregionen wie Schwarzwald und Harz mithalten zu können. Das geht zum einen nur mit der entsprechenden Expertise und zum anderen mit ausreichend finanzieller und personeller Ausstattung. Der Pfalz Touristik haben bislang einfach die Ressourcen gefehlt. Die Eifel beispielsweise ist viel besser ausgestattet als wir hier in der vergleichsweise wohlhabenden Pfalz – von Regionen wie Schwarzwald oder Allgäu ganz zu schweigen.“

Zwar können sich unsere Übernachtungs- und Umsatzzahlen sehen lassen, aber wir dürfen uns nicht auf unseren Lorbeeren ausruhen. Gerade jetzt nicht, nach der Pandemie, wo Wandern, Naturerlebnisse und Aktivurlaube ‚in‘ sind, wo die Menschen gerne Urlaub im eigenen Land machen wollen. Diese Wünsche müssen wir nutzen und uns als Komplettanbieter ins Gespräch bringen. Dann bin ich sehr zuversichtlich, was die mittelfristige Entwicklung des Pfalz-Tourismus angeht.“

Eines der aus der Studie abgeleiteten Ziele ist, aus Tagestouristen Übernachtungstouristen zu machen. Wo sehen Sie dafür einen Hebel?

„Als Verbandsbürgermeister Dahner Felsenland gesprochen, sind wir bei der Übernachtungsdauer sehr gut aufgestellt: Wir sind gerade dabei, auch das wissenschaftlich erheben zu lassen, wissen aber aus Erfahrung, dass die Gäste bei uns länger bleiben. Blickt man auf die Teilgebiete, die von der Marktforschung untersucht wurden, schneidet die gesamte Südwestpfalz bei der Beherbergungsdauer gut ab.“

Wichtig ist, dass ich den Gästen ein Angebot machen kann, das für mehrere Tage oder gar den Jahresurlaub ausreicht. Das heißt, wir brauchen entsprechende Übernachtungsbetriebe – von hochklassigen Hotels bis zu preisgünstigen Ferienwohnungen und Campingplätzen. Außerdem müssen für spezielle Zielgruppen wie aktive Urlauber, Wanderer, Kletterer und Mountainbiker maßgeschneiderte Angebote bereitstehen. Ein erster Schritt war beispielsweise, dass Gemeinden wie Dahn, Hauenstein, Bad Bergzabern und Annweiler ihr Wanderwegesystem radikal umgestellt haben; Stichwort Premium-Wanderregion. Der Schlüssel ist, die eigenen, die lokalen Stärken besonders herauszustellen.“

Funktioniert die Pfalz als Dach und gemeinsame Klammer für die doch sehr unterschiedlichen Regionen?

„Eine einzige Strategie von Ludwigshafen bis Zweibrücken und von Kusel bis Germersheim wird es nicht geben können. Es wird kaum möglich sein, den Tourismus an jedem Ort gleich stark zu verankern. Die Studie hat ja auch gezeigt, wie unterschiedlich die Voraussetzungen regional sind. Trotzdem gibt es überall in der Pfalz noch ausreichend Entwicklungspotenzial.“ ■

6

PROZENT

weniger sozialversicherungspflichtig Beschäftigte gab es im Februar 2022 im Gastgewerbe. **Das entspricht einem Rückgang von über 60.000 Personen gegenüber Februar 2019.** Insgesamt arbeiten rund 2,3 Millionen Menschen im Gastgewerbe (Lohn- und Gehaltsempfänger, Inhaber, mithelfende Familienangehörige).

Quelle: Dehoga-Bundesverband, 01/2022

Neue Struktur

Im Herbst entscheidet die Mitgliederversammlung über den Strategiewechsel beim Pfalz Touristik e.V.; es geht im Wesentlichen um eine bessere finanzielle und personelle Ausstattung. Pfalz Touristik ist die touristische Regionalagentur und für das Marketing der gesamten Region zuständig. Dies geschieht in enger Zusammenarbeit mit den Vereinen Pfalzwein und Pfalz-Marketing. Die drei Organisationen haben ihren Sitz in Neustadt. Sechs Mitarbeiter kümmern sich bisher um die Strategiethemen Wandern, Radfahren, Wein, Relax und Erlebnis. Über ein landesweites Reservierungssystem können über die Regionalagentur auch Anfragen bearbeitet und Unterkünfte gebucht werden.





▲ Alf Schulz, Vizepräsident des Dehoga Rheinland-Pfalz und Seniorchef vom Bremerhof.

Mehr Wertschätzung gefordert

Tourismus kostet nicht nur, er bringt auch Geld. Das belegt die aktuelle Tourismusstudie mit harten Zahlen. Vor diesem Hintergrund fordert Alf Schulz, Seniorchef des Landgasthofes Bremerhof in Kaiserslautern und Vizepräsident des Dehoga Rheinland-Pfalz, dass Politik und Öffentlichkeit zugunsten der Branche endlich umdenken.

(Lesen Sie dazu auch „Kontrovers“ auf Seite 4.)

Der Tourismus ist einer der größten Arbeitgeber in Deutschland, trotzdem geht die Wirtschaftsförderung bislang im Wesentlichen an der Branche vorbei. Tourismusförderung ist eine freiwillige Leistung. „Doch wir als Branche können nicht sämtliche touristischen Aufgaben in Eigenregie erfüllen, wir brauchen die Kommunen mit ihren Tourist-Informationen und Angeboten, um Gäste in die Pfalz zu bringen“, so Schulz.

Auch für Fachkräfte interessant

Ein Ansatz aus der Studie, der dem Gastronomen und Hotelier wichtig erscheint: „Der hohe Anteil an Tagestouristen hat uns hier überrascht. Und vor allem die enorme Kaufkraft, die er generiert. Jetzt müssen wir nur noch zeigen, dass die Westpfalz auch eine Urlaubsregion sein kann.“ Dazu komme ein weiteres Pfund, mit dem man wuchern könne, nämlich dass sämtliche touristischen Angebote ja nicht nur den Gästen zugutekommen, sondern auch der gesamten Bevölkerung. „Dadurch werden weiche Standortfaktoren geschaffen, die nicht nur Gäste, sondern auch Fach- und Arbeitskräfte anziehen – insbesondere hier in der Umgebung von Kaiserslautern.“

Den Einwand, dass mangelnde Hotel- und Übernachtungskapazitäten in manchen Regionen der Pfalz längere Aufenthalte verhindern, lässt Schulz für den Großraum Kaiserslautern nicht gelten: „Wir haben hier vor zwei, drei Jahren drei neue große Hotels mit jeweils 150 Zimmern sowie ein Boardinghaus bekommen und damit die Kapazitäten enorm vergrößert. Betten-Engpässe entstehen nur noch manchmal während publikumsstarken Tagungen.“

Gegen neue kommunale Abgaben

Doch sämtliche Betriebe, ob traditionsreich oder neu, stehen unter Druck: „Die meisten gastgewerblichen Betriebe haben nach zwei Corona-Wintern ihr komplettes Eigenkapital aufgezehrt“, so Schulz. „Die durch den Ukraine-Krieg verursachte Explosion der Energie- und Lebensmittelkosten gefährdet in vielen Fällen die betriebliche Existenz. Daher darf es jetzt nicht durch neue kommunale Abgaben zu weiteren finanziellen Belastungen der Betriebe kommen. Der Dehoga-Verband fordert daher, jegliche Überlegungen zu Bettensteuern oder Ähnlichem in Kaiserslautern zu beenden.“

Den nächsten Schritt für die Branche selbst sieht Schulz in einer zielgruppenspezifischen Kommunikation: „Wir müssen unser Personal und vor allem die Rezeptionskräfte schulen, damit sie den Gästen die Region schmackhaft machen“, so Schulz. „Von Pfalztheater über Pfalzgalerie bis hin zum Japanischen Garten, Wanderrouen und dem großen Wellnessbad: Die Region Kaiserslautern hat für drinnen und draußen enorm viel zu bieten.“ Er kann sich außerdem vorstellen, dass es an jeder Rezeption oder in den Zimmern einen QR-Code gibt, mit dem tagesaktuelle Empfehlungen per Mobiltelefon abgerufen werden können.

Wie die meisten Tourismusexperten sieht der Dehoga-Vizepräsident im Personalmangel einen begrenzenden Faktor für die Entwicklung des Tourismus in der Pfalz. Deshalb kämpft er dafür, dass seine Branche als Mangelbranche ausgewiesen wird und dass den Berufen in Hotellerie und Gastronomie endlich die Wertschätzung entgegengebracht wird, die sie verdienen. ■

Touristen kommen (langsam) zurück

Im Juni 2022 sind in Rheinland-Pfalz 72 Prozent mehr Gäste und 55 Prozent mehr Übernachtungen gezählt worden als im Vorjahreszeitraum. Über 900.000 Gäste buchten rund 2,4 Millionen Übernachtungen. Allerdings konnte das Vor-Corona-Niveau noch nicht erreicht werden. Im ersten Halbjahr 2022 gab es 18 Prozent weniger Gäste und 13 Prozent weniger Übernachtungen als im ersten Halbjahr 2019.

Quelle: Statistisches Landesamt, Bad Ems



Zukunftsorientiert

Landau sucht Verbündete: Das Büro für Tourismus der Stadt Landau ist Mitte August dem Tourismus- und Heilbäderverband Rheinland-Pfalz (THV) beigetreten. „Ob Qualifizierungsangebote, Leitfäden oder Sonderkonditionen: Eine Mitgliedschaft im THV bringt für unsere Arbeit viele Vorteile“, betont der Geschäftsführer des Landauer Tourismusbüros, Bernd Wichmann.

Positives aus dem Westen

Hotels und Gaststätten in der Westpfalz waren mit den Sommerferien zufrieden: Die Buchungszahlen seien größtenteils wieder so wie vor Corona, teilweise sogar besser, berichtete Simon Lauchner, Geschäftsführer des Donnersberger Tourismusverbandes. Einige Betriebe hätten es geschafft, neue Besuchergruppen

in die Gegend zu locken. Von einer hohen Nachfrage berichtet auch Lea Straßer von der Touristeninformation Pfälzer Mühlental im Kreis Südwestpfalz. Den Gastronomie- und Hotelbetrieben mache aber der Personalmangel zu schaffen. Einige hätten deswegen ihre Öffnungszeiten einschränken müssen. ■

Nationale Plattform

Die Bundesregierung hat im Zuge der Corona-Pandemie weitere Eckpunkte zur Nationalen Tourismusstrategie NTS beschlossen. Neben der Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit soll die Transformation der Branche unterstützt werden, um sie klimaneutral, nachhaltig und zukunftsfähig aufzustellen. So soll eine Basis geschaffen werden für das geplante Arbeitsprogramm mit konkreten Maßnahmen, die sowohl

branchenübergreifend als auch branchenspezifisch angelegt und geeignet sind, die passenden Rahmenbedingungen für den Neustart der Tourismuswirtschaft zu setzen. Als zentrales Instrument soll in einem mehrstufigen Verfahren 2023 eine nationale Plattform „Zukunft des Tourismus“ eingerichtet werden. ■



www.bundesregierung.de

VIER VON ZEHN

Übernachtungen in der Pfalz entfallen auf Hotels, ein Viertel der Gäste camppt, **knapp 17 Prozent nächtigen in Privatquartieren und Pensionen**, der Rest verteilt sich auf Hütten, Jugendherbergen etc.

Quelle: Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Pfalz 2019“

FN purento GmbH / Terra-Pura Tiernahrung

Waldi und **die Seidenraupen**

Für ihre Haustiere geben die Deutschen im Jahr an die sechs Milliarden Euro aus, und bei der Wahl der Nahrung entscheiden sich immer mehr für Bioprodukte. Ein Trend, der sich aus Sicht von Martin Sieland fortsetzen dürfte. Gemeinsam mit Bernd Nendersheuser hat er Anfang 2021 die purento GmbH im pfälzischen Schwegenheim übernommen, einen renommierten deutschen Anbieter von Bio-Tiernahrung.

Zuvor hatten die beiden eigentlich aus dem Lebensmittelbereich stammenden Unternehmer in Thailand eine Firma gegründet, um Insekten als Nahrungsmittel nach Deutschland zu importieren. Ausgebremst durch die unklare Gesetzeslage und die Corona-Situation, entschieden sie sich, vom Produzenten zum Abnehmer zu werden und dabei ihre langjährige Expertise in nachhaltigen alternativen Proteinquellen sinnvoll einzusetzen.

Unter der seit fast 15 Jahren am Markt sehr bekannten Marke Terra-Pura Tiernahrung sind diverse Bio-Tiernahrungsprodukte im Angebot – Nass- und Trockenfutter sowie eine Vielzahl an Snacks für Hunde und Katzen sowie Pferdeleckerli. Anders als konventionelle Tiernahrung haben alle Zutaten der Terra-Pura-Produkte nicht nur Lebensmittelqualität, sondern mit Bio- und Bioland-Siegel garantierte Bio-Qualität. Die Rezepturen werden in Zusammenarbeit mit Ernährungsspezialisten und Tierphysiologen entwickelt. „Das zahlt sich aus, wenn man seinem Vierbeiner eine

gesunde, ausgewogene Ernährung mit allen nötigen Nährstoffen, Vitaminen und Spurenelementen anbieten will“, ist Sieland sicher. Denn viel mehr Tiere, als man gemeinhin vermutet, reagierten allergisch auf Nahrungsbestandteile, insbesondere Hunde hätten oft mit Verdauungsproblemen zu kämpfen.

Tiere sind Familienmitglieder

„Haustiere entwickeln sich immer mehr zu Familienmitgliedern, auf deren Ernährung genauso viel Wert gelegt wird wie auf die der menschlichen Hausgenossen“, glauben die Unternehmer. Minderwertige Fleischabfälle, Chemie und Geschmacksverstärker sind in Terra-Pura-Produkten nicht zu finden, der überzeugte Vegetarier Sieland reist



Zahlen und Fakten

- Umsatz: ca. 900.000 Euro pro Jahr
- Mitarbeiter: 8
- Eingesetzte Rohstoffe: ca. 100 Tonnen Bio-Fleisch, ca. 15 Tonnen Bio-Gemüse und Bio-Obst pro Jahr
- Produktion: ca. 100 Tonnen Nassfutter, Trockenfutter, Snacks pro Jahr
 - 16 Sorten Nassfutter (davon 2 vegan)
 - 4 Sorten Trockenfutter (davon 1 vegan)
 - ca. 20 verschiedene Snacks (vegan sowie fleischhaltig)
 - Bio-Kräutermischungen als Nahrungsergänzungsmittel
- Unternehmensphilosophie: Lasse die Nahrung deine Medizin sein (Sokrates)
- Ziel: unter Beibehaltung der Produktqualität am Standort zu wachsen, insbesondere den Bereich Snacks weiter auszubauen





⬆ Martin Sieland (links) und Bernd Nendersheuser (3. v. r.) mit ihrem Team

persönlich zu Biobauern, um das richtige Fleisch, Obst und Gemüse zu finden. Vom Fleisch wird verarbeitet, was für den menschlichen Verzehr nicht geeignet ist, und beim Obst und Gemüse das, was nicht so hübsch aussieht. „So muss nichts Gutes entsorgt werden, und das entspricht unseren Vorstellungen von Nachhaltigkeit“, erläutert Mitinhaber Nendersheuser.

Nahrung aus Insekten

Nachhaltig ist auch die neueste Idee aus dem Hause purento: Man will das Angebot um proteinreiche Nahrung aus Insekten erweitern. Rund 250.000 Tonnen Seidenraupen werden bislang allein in Indien jährlich vernichtet oder als Dünger verwendet, wenn sie ihren Lebenszweck der Seidenfadenproduktion erfüllt

haben. „Die reinste Verschwendung, wenn man bedenkt, dass Insekten die bei Weitem klimafreundlichste Möglichkeit sind, Proteine herzustellen. Für ihre Aufzucht verbraucht man nur wenige Ressourcen, wenig Fläche, wenig Wasser, der CO₂-Fußabdruck ist winzig. 100 Prozent der Masse sind verwendbar, beim Rind sind es nur 40 Prozent“, berichtet Sieland. Außerdem hätten Seidenraupen

„
In der freien Natur
**frisst ein Hund
Insekten**, ohne
mit der Wimper zu
zucken.“

einen tollen Gehalt an Nährwerten, seien überaus bekömmlich und für Allergiker geeignet.

Der Geschmack zählt

Da die Raupen den Weg nach Europa bisher nur als Koi-Futter, aber noch nicht als Tiernahrung gefunden haben, testen die Schwegenheimer derzeit neue Dinkelkeks-Rezepturen für Hunde auf Fliegen-Basis. Die Larven der „Schwarzen Soldatenfliege“ weisen fast so gute Werte auf wie die asiatische Seidenraupe – und diese bekommt man in Deutschland, genauer gesagt in Brandenburg. Die ersten Probefressen verliefen jedenfalls positiv – anders als bei Herrchen oder Frauchen spielt bei Tieren der „Igitt-Faktor“ keine Rolle, da zählt nur der Geschmack. ■ (Kira Hinderfeld)

🌐 www.terra-pura-tiernahrung.de

✂ Obst und Gemüse, das lediglich nicht mehr so frisch aussieht, wird für Tierfutter verarbeitet.



Video
auf [ihkpfalz-
interaktiv.de](http://ihkpfalz-interaktiv.de)



A.S.T. Klaus Germann Umweltschutz GmbH

Veranstaltungspremiere zum goldenen Jubiläum

Kanalinspektion und -sanierung unter Einsatz hochmoderner Technologien: Nach erfreulich hohem Zuspruch bei der Premiere in Pirmasens sollen die Abwassertage jetzt regelmäßig stattfinden.



Angelique und Shari Germann räumen endgültig auf mit (vor-)gestrigen Klischees. Was man auf den ersten Blick nämlich nicht erwartet haben mag: Die smarten Schwestern, 31 und 26 Jahre alt, führen die Geschäfte eines auf Kanalinspektion und -sanierung, Abscheidetechnik und Entsorgung spezialisierten Unternehmens. Dabei hat ihr Business lange Familientradition: Die Wurzeln reichen zurück bis 1914, als Urgroßvater Otto Germann in Pirmasens noch mit Pferdefuhrwerken Gruben leerte.

Einstieg nach gelungener Feuertaufe

Der Großvater der Schwestern gründete 1972 namensgebend die Klaus Germann Umweltschutz GmbH. Bei der Betriebsübernahme 2002 fügte Vater Andreas die Buchstaben A.S.T. für Abwasser-Sanierungs-Technik zur Firmierung hinzu. Er baute das

Unternehmen aus und verkaufte es schließlich 2019 an die Schweizer Kanalservice Holding AG; insgesamt zwölf Betriebe agieren dort eigenständig im Verbund und profitieren so von Synergien. Der Führungswechsel bei A.S.T. folgte einer Feuertaufe, denn pandemiebedingt verlängerte sich ein Segeltörn des Vaters unfreiwillig um Monate, und seine Töchter mussten einspringen. Was als kommissarische Lösung geplant war, lief so gut, dass Angelique und Shari Germann danach von der Holding dauerhaft zur Geschäftsführung berufen wurden.

Abwassersanierung mit Hightech-Methoden

Fünzig Jahre nach Gründung reicht der Aktionsradius von A.S.T. rund 400 Kilometer um den Pirmasenser Firmensitz. Übergeordnetes Thema ist der Umweltschutz, etwa durch die



»
Angelique, Andreas und
Shari Germann (v.l.)



Inspektion, Reinigung und grabenlose Sanierung von Kanälen. Dafür kommen hochmoderne Kanalinspektionsfahrzeuge mit 4K-Aufnahmetechnik zum Einsatz, sowie Robotik- und Schlauchliner-Verfahren. Darüber hinaus baut und wartet A.S.T. alle Arten von Abscheideanlagen für Industrieunternehmen und unterhält eine eigene Behandlungsanlage, um das Abwasser und den Schlamm aus Öltrennanlagen zu reinigen. Gerade erst hinzugekommen ist ein Containerdienst.

Mit 40 Beschäftigten, darunter drei Auszubildende als Fachkräfte für Rohr-, Kanal- und Industrieservice bzw. Kaufleute für Büromanagement,

erzielt A.S.T. Jahresumsätze von circa fünf Millionen Euro. Die beiden Schwestern wollen das Geschäft kontinuierlich und in gesunden Schritten weiter ausbauen. In den vergangenen fünf Jahren habe man dafür zwei Millionen Euro in neueste Technik investiert; weitere Investitionen sollen folgen.

Feiern und informieren

Zeitgleich zum Firmenjubiläum fanden die 1. Pirmasenser Abwassertage statt. Shari Germann zeigt sich schier be-

geistert von dem hohen Anspruch. Die jüngere der beiden Schwestern hat den Meisterbrief nach handwerklicher Ausbildung in der Tasche. „Bislang gab es Info-Veranstaltungen dieser Art nur in weit entfernten Regionen. Das erfreulich große Interesse der Gäste hat uns gezeigt, dass wir damit definitiv eine vorhandene Lücke schließen.“ Und auch wenn der genaue Turnus noch nicht feststehe, werde A.S.T. daher auch künftig Abwassertage veranstalten. ■ (ab)

 www.ast-germann.de

33ssm UG

Bundesweites Netzwerk für Sozialsponsoring am Start

Sie sind die erste soziale Werbegemeinschaft in Deutschland: Sera-Warwick Hosse und Gerlinde Birkenstock wollen mit ihrer Werbeagentur ein bundesweites Netzwerk für Sozialsponsoring aufbauen und damit die Versorgung an Demenz erkrankter Menschen unterstützen.

Wie kombiniert man als Unternehmen Werbung und soziales Engagement? Hosse und Birkenstock aus Haßloch haben da die Lösung: Unternehmen können in ihrem Sozialsponsoring-Netzwerk „Wir helfen Du auch“ Mitglied werden. Für die Mitgliedschaft zahlen die Unternehmer Geld, das dann auch zur Unterstützung an Demenz erkrankter Menschen verwendet wird. Dafür erhalten die Gewerbetreibenden zwei Gütezeichen sowie alle Werbenutzungsrechte. Sera-Warwick Hosse hat dafür eigens den mildtätigen Verein „Die Demenzhilfe 33 Mensch in Not e. V.“ gegründet, dessen erster Vorsitzender er zugleich ist. Flankierend bauen die beiden ein unabhängiges Pflegenetzwerk auf.

„Eine Mitgliedschaft in unserem Netzwerk ist ein Upgrade für die Werbung von Unternehmen“, sagt Hosse. „Denn durch die Mitgliedschaft bei ‚Wir helfen Du auch‘ verbessern Unternehmen ihr Image, bleiben authentisch und glaubwürdig“, ergänzt Gerlinde Birkenstock. Diese besondere Form der sozialen Werbung passe zudem für jedes Unternehmen. Hosse hat bereits viel Zeit und Geld in den Aufbau seiner sozialen Werbeagentur gesteckt. Jetzt steht er kurz vor dem Roll-out. 35 Teams sollen das Netzwerk bald in ganz Deutschland bekannt machen und Unternehmen für eine Mitgliedschaft bei „Wir helfen Du auch“ gewinnen. ■ (rad)



⬆️ Neu im Netzwerk: Gerlinde Birkenstock (links) und Sera-Warwick Hosse überreichen Dijana Gerber-Horsch, Geschäftsführerin von Horsch e.K. in Haßloch, die Gütezeichen.

 www.wirhelfen-duauch.online

Dörr GmbH & Co. KG

Aus der Nische zum visionären Trendsetter

Karton dient nicht nur als Werkstoff für schlichte Wellpappe. Kartonagen gibt es etwa auch als werbeträchtige Displays, attraktive Verpackungen und Faltschachteln. Mit dem notwendigen Know-how lassen diese sich sogar für das Auge unsichtbar mit digitalen Welten vernetzen.

Als sich die Chance bot, übernahm Bernhard Buech 2018 in Pirmasens eine alteingesessene Kartongefabrik. Bis dahin bei einer Branchengröße im Rheinhessischen beschäftigt, hatte sich der gebürtige Saarbrücker auf die Entwicklung und Herstellung von Verkaufsaufstellern spezialisiert – solche Displays sollen im Einzelhandel die Kaufimpulse verstärken.

Raus aus der Monokultur

Zum Zeitpunkt des Inhaber- und Führungswechsels schon stolze 112 Jahre alt, herrschte bei Kartonagen Dörr reinste Monokultur: Dem Standort in der Schuhstadt geschuldet, drehte sich alles um den Schuhkarton, wie der geschäftsführende Inhaber erläutert. Buech wollte dem Nischendasein entkommen und setzte auf Veränderung, denn „man steht nie gut auf einem Bein“, wie er betont. Schuhkartonagen machen zwar noch immer die Hälfte des Geschäfts aus, daneben aber hat sich ein breites Portfolio aufgetan, mit individuellen Displays, kreativen Verpackungen und Faltschachteln.

Alles aus einer Hand

„Unsere Kunden sollen uns lieben“, bringt Buech sein Verständnis von Kundenbindung auf den Punkt. Um dies zu erreichen, setzt der gelernte Druckvorlagenhersteller auf ein Komplettangebot. Dieses reicht von Beratung und „detaillierter Planung in allen Facetten“ bis hin zur Herstellung inklusive Drucken, Veredeln, Stanzen und Kleben der Produkte; bei mehrteiligen Systemen wird sogar das Zusammenstellen und Konfektionieren von Drittprodukten übernommen.

Digitale Brücke zum Endkunden

Ein Zukunftsthema heißt Connected Packaging oder auch vernetzte Verpackung: Als einer der ersten überhaupt

hat Kartonagen Dörr 2019 seinen deutschlandweiten Kunden die Vorzüge von Digimarc-Codes eröffnet, die On- und Offline-Kanäle verbinden. Hierbei werden 2D-Codes durch Umfärben von Pixeln ringsum aufgedruckt – „für das Auge unsichtbar, aber für Scanner lesbar“, so Buech. „Das Kassieren wird dadurch viel schneller und präziser möglich, vor allem aber können die Endkunden durch völlig ungezieltes Aufhalten von Smartphones Meta-Daten abrufen. QR-Codes, die ohnehin jedes Design zerstören, dürften so schon bald abgelöst werden und von den Produktverpackungen verschwunden sein.“

Diversifikation zahlt sich aus

Ausgehend vom Schlussjahr des Voreigentümers 2017 (2,9 Millionen Euro) baute der Verpackungshersteller seine Umsätze auf 4,4 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2021 aus. Gleichzeitig wurde der Personalstamm von 17 auf heute 35 Beschäftigte mehr als verdoppelt. Darunter befinden sich auch fünf Auszubildende – je ein Industrie-

kaufmann, Lagerist, Mediengestalter, Medientechnologie Druck sowie Verpackungsmitteltechnologie. Buech sieht sich auf dem Weg zu Industrie 4.0 gut gewappnet, nicht zuletzt durch gerade erst getätigte Investitionen von 250.000 Euro in die Modernisierung des Maschinenparks und ein integriertes Software-Paket. ■ (ab)

 www.doerrkartonagen.de



„Unsere Kunden sollen uns lieben“, sagt Inhaber Bernhard Buech.



Foto: ab



⬆ Hat ein Buchhandels-Imperium aufgebaut: Reinhold Gondrom

Lebenswerkpreis des Bezirksverbands Pfalz für Reinhold Gondrom

Der Bezirksverband Pfalz zeichnet den Buchhändler und Verleger Reinhold Gondrom im November mit seinem Lebenswerkpreis aus. Gondrom, 1950 in Bayreuth geboren, hat den deutschen Buchhandel nachhaltig beeinflusst und Gondrom zu einer der größten Buchhandelsketten im deutschsprachigen Raum entwickelt. Nach seiner Ausbildung zum Druckfachmann folgte die des Buchhändlers. Danach sammelte er Berufserfahrung in führenden Buchhandelsunternehmen. 1975 kam Gondrom schließlich aus Oxford nach Kaiserslautern. Hier übernahm er die Buchhandlung „Lincks-Crusius“. Er gilt als der erste Unternehmer in Deutschland, der großflächige Buchhäuser entwickelte und seine innovativen Ideen selbst oder als Franchise-Geber in andere Städte brachte. Damit wurde er schnell zum wichtigen Partner großer Verlage, aber auch ein guter Gastgeber für bekannte Autoren. Der Erfolg gab ihm Recht: Mit 30 Buchhandlungen und mehr als 500 Mitarbeitenden hat Gondrom sich zu einem beachtlichen Unternehmen der Branche entwickelt, das er mit großem Einsatz und mit Weitsicht führte. 2006 verkaufte Gondrom seine Buchhandlungen an Thalia.

Als Verleger hat sich Reinhold Gondrom vor allem den Pfälzer Autoren und Autorinnen gewidmet. So hat er unter anderem Paul Münch, Michael Bauer, Eugen Damm, Hansgeorg Baßler und Anni Becker ein besonderes Forum geboten und sich mit „Pfalzreprints“ historischen Pfälzer Werken gewidmet. Auch seine individualisierten Bilderbücher für Kinder sind sehr erfolgreich.

Reinhold Gondrom war es ein Anliegen, Kunst und Kultur zu fördern. So stiftete er mehrfach mit Unterstützung des Pfälztheaters in Kaiserslautern den Theaterpreis für Stücke in Pfälzer Mundart. Und er initiierte und stiftete den „Bürgerpreis für Selbstinitiative von Bürgern“ in Kaiserslautern. Ehrenamtlich war Reinhold Gondrom von 1998 bis 2010 Mitglied der IHK-Vollversammlung. Außerdem war er in den Handelsausschüssen der IHK Pfalz und des DIHK aktiv. ■



⬆ Wirtschaftsministerin Daniela Schmitt (Mitte) freute sich bei der Verleihung des 34. Innovationspreises über die hervorragenden Verfahren und Produkte, die rheinland-pfälzische Unternehmen entwickelt haben.

Walther Systemtechnik gewinnt Innovationspreis

Die Germersheimer Firma Walther Systemtechnik hat gemeinsam mit dem Institute of Materials and Processes der Hochschule Karlsruhe den mit 15.000 Euro dotierten Innovationspreis 2022 in der Kategorie Kooperation gewonnen.

Der Innovationspreis wird von der Landesregierung gemeinsam mit den Industrie- und Handelskammern und Handwerkskammern vergeben. Ausgezeichnet wurde Walther für die Neuentwicklung eines digital gesteuerten Sprühventils, mit dem viskose Medien wie Schmierstoffe, Trennmittel, Farben oder Klebstoffe in industriellen Prozessen aufgetragen werden können.

Im Vergleich mit herkömmlichen Systemen soll das neuartige Sprühventil die verschiedenen Medien zuverlässiger und konsistenter auftragen. Die digitale Steuerung soll Zeit bei der Inbetriebnahme sparen und durch die Visualisierung über einen zugehörigen Bildschirm eine einfachere Anpassung und Überwachung ermöglichen. ■





⬆ Fünf Generationen Berkels sind in der künstlerischen Ahnengalerie verewigt.

BERKEL Unternehmungen GmbH & Co. KG.

Geistreiche 175 Jahre liegen hinter Berkel

Seit 1847 stellt die Familie Berkel nun schon „Sprit“ her. Zunächst in der kleinen Essigfabrik und Brennerei PAN in Gernersheim und ab der dritten Generation in der Pfälzischen Spritfabrik in Ludwigshafen, wo bis heute der Alkohol gebrannt wird.

Das Wort „Sprit“ kommt von Spiritus – dem Geist des Weines, wie seinerzeit die Mönche das nannten, was ihnen beim Erhitzen ihres Weines erstmals in die Nase stieg. „Obwohl die meisten Menschen Alkohol mit Trinkgenuss in Verbindung bringen, ist das trinkbare Ethanol doch noch erheblich vielseitiger einsetzbar und ein wahrer Tausendsassa. Es ist das einzige durch Fermentation – also Vergärung – gewonnene biologische Lösemittel“, erläutert Diplom-Brennmeister Mathias Berkel, der die fünfte Unternehmergeneration verkörpert. Es kommt in der Medizin und der Kosmetik, in Druckfarben, Desinfektionsmitteln, Mundwasser, Schuhcreme und sehr vielen anderen Industrieprodukten sowie eben auch in Spirituosen und diversen Lebensmitteln vor.

Eine weitere Form des Geistes war aber für den Erfolg des Unternehmens wohl genauso bedeutend wie diese Vielseitig-

keit: der familiäre Unternehmergeist. Nur damit konnte man all die Veränderungen, Verwerfungen, Krisen und Kriege in den letzten 175 Jahren überstehen, glaubt Berkel. Das Produkt ist dabei seit 1847 unverändert. Um mit dem Rohstoff Ethanol jedoch erfolgreich zu bleiben, hat sich im Laufe der Jahre alles andere um ihn herum ständig wandeln müssen: das Herstellungsverfahren, die Anwendungsgebiete, die unternehmerischen Strategien.

Jede Generation des mittelständischen Familienbetriebs hatte dabei ihre ganz eigene Aufgabe.



Der bunte Tank auf dem Firmengelände ist ein weithin sichtbarer Hingucker.

Der findige Geschäftsmann Andreas Berkel legte 1847 mit seiner Essig- und Spritfabrik den Grundstein. Seine Söhne Joseph und Heinrich führten den Betrieb ab 1875 in das Zeitalter der Industrialisierung. Josephs Sohn Heinz übernahm 1923 die Leitung der Sprit- und Presshefenfabrik und steuerte sie durch die Zeit der Weltwirtschaftskrise und den Zweiten Weltkrieg. Die große Aufgabe von Dieter Berkel (ab 1959) war es, die Fabrik von der Ludwigshafener Innenstadt 1973

nach Rheingönheim umzusiedeln und den Grundstein für zukünftige Weiterentwicklungen zu legen. Sein Sohn Mathias Berkel leitet seit 1989 die Geschäfte. Er stand, nachdem 1999 die staatliche Bundesmonopolverwaltung für Branntwein als



Auftraggeber für 80 Prozent der Ethanolproduktion wegfiel, vor der Aufgabe, die Firma auf komplett neue Füße zu stellen. Die nächsten Jahre waren geprägt von einer umfassenden Umstrukturierung und dem Aufbau neuer Geschäftsfelder.

Nach dem geglückten Neustart gehört die Unternehmensgruppe Berkel heute zu den modernsten Destillieren und Alkoholraffinerien in Europa. Auf dem Areal der Firma spannt sich sichtbar ein Bogen zwischen Tradition und Moderne: von der Ahnengalerie im Bürogebäude über die glitzernden Destillationsko-

lonnen und das spezialisierte Labor bis zu den wuchtigen Tanks. Davor grasen drei Esel als „nachhaltige Rasenmäher“.

Aber auch die Zukunft ist spannend. Mit Benedict Berkel steht nun die sechste Generation in den Startlöchern. Eine seiner ersten Aufgaben im Familienbetrieb war es, in der Hochphase der Corona-Pandemie im Jahr 2020 eine effektive Versorgungsstruktur aufzubauen, als viele Apotheker kleine Mengen Ethanol zur Herstellung von Desinfektionsmitteln benötigten. Und jetzt beschäftigt er sich in der Berliner

Niederlassung mit der Neuorganisation von Lieferketten. ■ (kh)

 www.berkel-ahk.de



Zahlen und Fakten

- Herstellung, Veredelung, Vergällung und Vertrieb von Alkohol
- 48 Beschäftigte
- ca. 40 Millionen Euro Jahresumsatz

agilecouch Beteiligungsgesellschaft mbH

Organisationsentwicklung und Coaching nun aus Neustadt

Seit Sommer 2022 ist der Umzug offiziell vollzogen: agilecouch.net ist von Osthofen nach Neustadt an die Weinstraße umgesiedelt. Die Nähe der Beschäftigten zum Arbeitsplatz und zueinander war einer der Gründe für den Umzug, erläutert Geschäftsführer Martin Ellmer. Er gründete 2018 das Beratungs- und Coaching-Unternehmen, das auf die Themenfelder Digital Business, Innovationsdesign und Agile Organisation spezialisiert ist.

„Wir wollen Organisationen dabei unterstützen, zu innovieren und zu evolvieren“, erläutert Martin Ellmer. Die fünf Berater und Beraterinnen begleiten ihre überwiegend mittelständischen Kunden zum Beispiel bei der Konzeption und Entwicklung neuer Geschäftsmodelle, ganzheitlicher Prozesse oder Produkte und der Implementierung von agilen, transparenten Organisationsstrukturen. Hierzu hat agilecouch das „Evolution Lifecycle Framework“ entwickelt: eine Herangehensweise, mit der ein Produkt, Projekt, Geschäftsmodell oder eine Idee so entwickelt und geschärft werden soll, dass es beziehungsweise sie nachhaltig evolvieren kann. Für die Anwendung des Frameworks

kann man sich auf der agilecouch.net academy in mehreren Schritten bis zum Master schulen und zertifizieren lassen. Mit der Vision, Bildung zu revolutionieren und Bildung für alle jederzeit überall verfügbar zu machen, wird der erste Teil der Weiterbildungsreihe, die schon während des Lockdowns online verfügbar war, mittlerweile als kostenloses „self-paced eLearning“ angeboten. Die „agilecouch.net“ academy bietet darüber hinaus personenbezogene Trainings zum Beispiel zur Entwicklung zwischenmenschlicher Fähigkeiten sowie technologische, methodische und fachliche Trainings an. Abgedeckt wird damit

ein breites Spektrum von Konflikt- und Stressbewältigung über Digitalisierungs- und IT-Themen oder Arbeitsmethodik bis zu ökonomischen, ökologischen und rechtlichen Themen.

„Wir geben im Rahmen unseres wachsenden Netzwerks auch mal Themen an unser Umfeld weiter, wenn wir sie selbst nicht bedienen können, oder arbeiten mit unserem Ökosystem als ‚verlängerte Werkbank‘“, beschreibt Beraterin Anne Christ und freut sich über immer neue Kontakte mit anderen Unternehmen. ■ (kh)

 www.agilecouch.net





profine GmbH

Der Tradition verbunden und der Zukunft verpflichtet

Glamouröse Gala-Abende mit Ehrengästen und ein großes Mitarbeiterfest: Drei Tage lang feierte profine am Standort Pirmasens das 125-jährige Bestehen der Marke „Kömmerling“. Gruppenchef Peter Mrosik sah die Weichen für eine nachhaltige Zukunft gestellt.

Sohlen werden geklebt und Absätze sind aus Kunststoff. Stark vereinfacht erklärt sich so, dass sich der von Karl Kömmerling 1897 in Pirmasens begonnene Handel mit Klebstoffen für die Schuhindustrie zu einer Marke von Weltruf entwickelt hat. Seit 2003 gehört die in den Fünfzigerjahren entstandene Kunststoffsparte zur profine GmbH – International Profile Group. Die Gruppe mit Sitz in Troisdorf ist an 29 Standorten in 23 Ländern vertreten, mit weltweit über 3.000 Beschäftigten, darunter 1.175 in Pirmasens und 480 in Berlin.

Global Player für Kunststoff-Profile

Für die Schuhbranche produziert profine längst nicht mehr, sondern für Fensterbauer, Architekten und indirekt jeden, der sein Haus baut oder renoviert; die Kunden kommen aus über 100 Ländern. Zum Angebot gehören Kunststoff-Profile für Fenster und Türen, aber auch Sichtschutz-Systeme wie Rollläden und Klappläden sowie Kunststoff-Platten für verschiedene Einsatzbereiche. Als große Pluspunkte sieht Peter Mrosik die Energieeffizienz, Langlebigkeit und Pflegeleichtigkeit seiner Produkte, „und dass sie sehr vielfältig einsetzbar sind“, wie der geschäftsführende Gesellschafter betont.

Besonders wichtig ist ihm jedoch das Thema Nachhaltigkeit: „Verantwortung zu leben heißt für uns, die Zukunft zu

beschützen und positive Veränderungen herbeizuführen. Unser Ziel ist der nachhaltige Kreislauf für hochwertige Produkte aus Kunststoff – genau dafür steht Kömmerling.“ Erst vor zwei Jahren etwa hat profine Profile entwickelt, die zu hundert Prozent aus recyceltem Kunststoff bestehen. Auf Nachhaltigkeit setzt auch ein Hybridsystem, das kurz vor der Markteinführung steht. Es besteht aus einem Kunststoff-Kern und einem Alu-Deckmantel – jeweils aus Recyclingmaterialien hergestellt.

Hohe Nachfrage in herausfordernden Zeiten

Mrosik setzt auf langfristiges und nachhaltiges Wachstum. Mit unzuverlässigen Lieferketten und Engpässen bei den Rohstoffen umgehen zu müssen, beschreibt er als Herausforderung – sein Unternehmen aber habe „durch klugen Einkauf vorgesorgt“. Dennoch wurde für Ende August / Anfang September Kurzarbeit am Standort Pirmasens beantragt; die Produktion sollte für zwei Wochen vollständig ruhen. (Stand bei Redaktionsschluss.) Mehr als 900 Millionen Euro hat

die Gruppe 2021 umgesetzt, damit rund 200 Millionen Euro mehr als im letzten Geschäftsjahr vor Corona (2019). Dies wird auch auf die gestiegene Nachfrage zurückgeführt, beispielsweise im Zusammenhang mit dem aufgekommenen Trend zur Arbeit im Homeoffice. Im Juni soll es dann einen erheblichen Absatz- und auch Auftragsrückgang gegeben haben.

Auf die Zukunft ausgerichtet ist die Fachkräfteplanung: So gibt es am Standort Pirmasens aktuell insgesamt 122 Auszubildende und dual Studierende in 14 verschiedenen Berufen, von den gewerblichen und kaufmännischen bis hin zu Logistik und IT. 40 davon hatten im vergangenen Herbst ihre Ausbildung begonnen, nicht viel weniger sollen es in diesem Jahr sein. ■ (ab)

 www.profine-group.com



Susanne Ganster, Landrätin Südwestpfalz; Markus Zwick, Oberbürgermeister Pirmasens; MdB Angelika Glöckner; Ministerpräsidentin Malu Dreyer; Dr. Peter Mrosik, CEO profine; Maxi Sarwas, Moderatorin (v.l.n.r.)

	Geschäftsführer Talent2Go  www.talent2go.de	AB Consulting  www.annette-burkhardt-online.de	AKKW Consulting GmbH  www.akkw.consulting
Ihre Geschäfts-idee	Mike Jozsko: Mit Talent2Go verankern wir erstmalig softwaregestütztes Talent Management in der Berufsausbildung und gestalten die Ausbildung digitaler, transparenter und effizienter. So bieten wir allen, die ausbilden und für Ausbildung verantwortlich sind, die Möglichkeit, noch individueller auf einzelne Auszubildende einzugehen und datenbasiert Talente zu entdecken und zu entwickeln. Unsere qualitative und inhaltliche Unterstützung der Auszubildenden hilft unseren Kunden, den „War for Talents“ für sich zu entscheiden.	Annette Burkhardt: Ich kombiniere Digitalisierungstechniken in der Dokumentations- und Archivierungsarbeit klinischer Studien und vermeide so Papier und Plastik. Entsprechend den Regularien und Qualitätsnormen biete ich den gesamten Prozess der Digitalisierung von Daten aus klinischen Studien an, pflege diese in bereits bestehende Dokumentenmanagementsysteme oder ein Clinical Trial Management System (CTMS) ein und schaffe so die Voraussetzungen für den klinischen Studienbericht (Clinical Study Report, kurz CSR).	Christian Wermke: Ich bin Coach, Team-, Verhandlungs- und Rhetoriktrainer, aber auch Interims-HR-Manager, Rechtsanwalt und Personalentwickler. Die Kunden vertrauen auf meine ehrlichen Feedbacks. Durch bessere Verhandlungsergebnisse werden Kosten eingespart, mit Team-Workshops Konflikte schneller gelöst. Coachings schärfen die Eigen- und Fremdwahrnehmung. Durch Unternehmensberatung wird die Selbstreflexion gefördert und am Unternehmen gearbeitet.
Was hat Sie motiviert, selbstständig zu werden?	Nach mehr als 15 Jahren als HR-Verantwortlicher und 20 Jahren Angestelltenverhältnis war es an der Zeit für etwas Neues. Den Grundstein legte meine ehrenamtliche Tätigkeit als Prüfer bei der IHK. Dort habe ich introvertierte, stark eingeschüchterte, aber auch nicht ausreichend vorbereitete Prüflinge gesehen. Der Gedanke war: „Da muss man doch etwas besser machen können!“	Ich bin seit 30 Jahren Übersetzerin/Dolmetscherin und seit 20 Jahren Dokumentarin klinischer Studien. Derzeit wird das Medizinproduktegesetz an das Arzneimittelgesetz angeglichen, was eine hohe Nachfrage nach klinischen Bewertungen (Clinical Evaluation Report, CER) von Medizinprodukten zur Folge hat, da Medizinprodukte je nach Risikoklasse (re-)zertifiziert werden müssen.	Die Perspektive, als Unternehmer mit der damit verbundenen Verantwortung andere Unternehmer und deren Angestellte zu fördern und erfolgreicher zu machen. Selbständigkeit heißt für mich Freiheit und pure Intensität und der Wille, jeden Tag die 100 Prozent zu geben, die ich an dem Tag zu leisten imstande bin.
Was ist Ihr Tipp für andere Gründer?	1. Lass dir deine Idee nicht zerreden. 2. Kenne deine Branche. 3. Ideen einfach umsetzen. 4. Man muss bereit sein, immer und überall dazuzulernen. 5. Eine Gründung ist kein Sprint, sei bereit für einen echten Marathon.	Ich fand Finanzierungsplanung und Investorensuche schwierig. Ich würde heute mittels Bootstrapping/Crowdfunding vorgehen, dies mit Eigenkapital verbinden und mit Business Angels zusammenarbeiten.	Ruhe bewahren. Ungeduld in den Griff bekommen. Immer das Glas halb voll sehen. Marketing ist nicht alles. Gute Berater/Mentoren können als Erfolgsbeschleuniger unterstützen und sind ihr Honorar wert.
Was wollen Sie in fünf Jahren erreicht haben?	Nach Mark Twain „Wer nicht weiß, wo er hin will, darf sich nicht wundern, wenn er woanders ankommt“. Unsere Vision ist ziemlich klar: Als Pfälzer Start-up wollen wir die #1 Software im Bereich der beruflichen Ausbildung werden und haben uns dafür im Team einiges vorgenommen. ■	Vor allem möchte ich mit eigenen Clinical-Trial-Systemen arbeiten und zusätzliche Arbeitsplätze schaffen. Durch Digitalisierung von Dokumenten aus klinischen Studien ermögliche ich einen immer besseren Dienst am Patienten, mehr Zeit für Ärzte sowie die Minimierung des ökologischen Fußabdrucks von Unternehmen. ■	In der Region als Inspirator und ehrlicher, zuverlässiger Unternehmensberater auf Augenhöhe wahrgenommen und gut beschäftigt zu werden. ■



„Eine **Investition
in Wissen**
bringt noch immer
die besten Zinsen.“

Benjamin Franklin

UNSER ANGEBOT ZUR FACHKRÄFTESICHERUNG

Probleme, gute Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden? Da haben wir was für Sie:

- **Fachkräfteberatung und Teilqualifikationen**
Markus Falkner, 06341 971-2581
markus.falkner@pfalz.ihk24.de
- **Anerkennung und Bewertung von beruflichen Kompetenzen, zum Beispiel von ausländischen Fachkräften oder von Menschen ohne Berufsabschluss**
Stefanie Lenz, 0631 41448-2708
stefanie.lenz@pfalz.ihk24.de
Irina Brand, 0621 5904-1811
irina.brand@pfalz.ihk24.de
- **Aufstiegsbonus I**
Petra Berg, 0631 41448-2713
petra.berg@pfalz.ihk24.de

Ausbildung in der Tasche und Lust, weiter Karriere zu machen? Dann gleich zur Weiterbildungsberatung!

- **Weiterbildungsberatung und Fördermöglichkeiten für gewerblich-technisch Qualifizierte**
Dennis Klein, 0621 5904-1821
dennis.klein@pfalz.ihk24.de
Christian Buhl, 0631 41448-2712
christian.buhl@pfalz.ihk24.de
- **Weiterbildungsberatung und Fördermöglichkeiten für kaufmännisch Qualifizierte**
Maik Eichelmann, 0621 5904-1822
maik.eichelmann@pfalz.ihk24.de
Dominic Köckeritz, 0621 5904-1820
dominic.koeckeritz@pfalz.ihk24.de
Christian Buhl, 0631 41448-2712
christian.buhl@pfalz.ihk24.de

aufsteiger- ihk.de

Pflicht zur Zeiterfassung

Die vom Bundesarbeitsgericht (BAG) entwickelten Grundsätze zur Verteilung der Darlegungs- und Beweislast für die Leistung von Überstunden durch den Arbeitnehmer und deren Veranlassung durch den Arbeitgeber werden durch die auf Unionsrecht beruhende Pflicht zur Einführung eines Systems zur Messung der vom Arbeitnehmer geleisteten täglichen Arbeitszeit nicht verändert. Dies hat das BAG mit Urteil vom 4. Mai 2022, Az.: 5 AZR 359/2, festgestellt.



Zu den Grundsätzen zählen, dass der Arbeitnehmer zur Begründung einer Klage auf Vergütung geleisteter Überstunden darzulegen hat, dass er Arbeit in einem die Normalarbeitszeit übersteigenden Umfang geleistet oder

sich auf Weisung des Arbeitgebers hierzu bereitgehalten hat. Außerdem hat der Arbeitnehmer vorzutragen, dass der Arbeitgeber die geleisteten Überstunden ausdrücklich oder konkludent angeordnet, geduldet oder nachträglich gebilligt

hat. Der Kläger war als Auslieferungsfahrer bei der Beklagten, die ein Einzelhandelsunternehmen betreibt, beschäftigt. Seine Arbeitszeit erfasste der Kläger mittels technischer Zeitaufzeichnung, wobei nur Beginn und Ende der täglichen Arbeitszeit, nicht jedoch die Pausenzeiten aufgezeichnet wurden. Zum Ende des Arbeitsverhältnisses ergab die Auswertung der Zeitaufzeichnungen einen positiven Saldo von 348 Stunden zugunsten des Klägers. Mit seiner Klage verlangte der Kläger Überstundenvergütung in Höhe von 5.222,67 Euro brutto.

Er argumentierte, er habe die gesamte aufgezeichnete Zeit gearbeitet. Pausen zu nehmen sei nicht möglich gewesen, weil sonst die Auslieferungsaufträge nicht hätten abgearbeitet werden können. Die beklagte Arbeitgeberin bestritt dies.

Das Arbeitsgericht Emden gab der Klage zunächst mit Verweis auf das Urteil des Gerichtshofs der Europäischen Union (EuGH) vom 14. Mai 2019 – C-55/18 – [CCOO] statt. Das Landesarbeitsgericht (LAG) änderte das Urteil des Arbeitsgerichts jedoch ab: Die Klage wurde mit Ausnahme bereits von der Beklagten abgerechneter Überstunden abgewie-

sen. Das BAG bestätigte die Rechtsauffassung des LAG. Von der Erfordernis der Darlegung der arbeitgeberseitigen Veranlassung und Zurechnung von Überstunden durch den Arbeitnehmer sei auch nicht vor dem Hintergrund der vom Arbeitsgericht aufgeführten Entscheidung des EuGH abzurücken.

Das LAG habe zutreffend angenommen, dass der Kläger nicht hinreichend konkret dargelegt habe, dass es erforderlich gewesen sei, ohne Pausenzeiten durchzuarbeiten, um die Auslieferungsfahrten zu erledigen. Die bloße pauschale Behauptung ohne nähere Beschreibung des Umfangs der Arbeiten genüge hierfür nicht. Das Berufungsgericht habe daher offenlassen können, ob die von der Beklagten bestrittene Behauptung des Klägers, er habe keine Pausen gehabt, überhaupt stimme. ■



Praxishinweis

Die Klarstellung des BAG ist zu begrüßen. Ein Arbeitnehmer, der auf Überstundenvergütung klagt, muss zunächst darlegen, dass er Arbeit in einem Umfang geleistet hat, der die Normalarbeitszeit übersteigt, oder sich hierzu auf Weisung des Arbeitgebers bereitgehalten hat, und dass der Arbeitgeber die geleisteten Überstunden ausdrücklich oder konkludent angeordnet, geduldet oder nachträglich gebilligt hat.

Die unterlassene Umsetzung der rein arbeitsschutzrechtlichen Pflicht zur Zeiterfassung kann nur arbeitsschutzrechtliche, nicht aber auch vergütungsrechtliche Folgen haben. Das bedeutet aber nicht, dass eine früher oder später eingeführte Zeiterfassung keine Bedeutung für Fragen der Vergütungspflicht hätte. Aus einem vorhandenen Zeiterfassungssystem ergibt sich, dass und in welchem Umfang Arbeitszeit des jeweiligen Arbeitnehmers angefallen ist und dass deren Anfall dem Arbeitgeber zuzurechnen ist. Ungeachtet dessen ist der deutsche Gesetzgeber verpflichtet, die vom EuGH konkretisierten Anforderungen der Arbeitszeitrichtlinie an ein Arbeitszeiterfassungssystem in deutsches Recht umzusetzen.

Weitere Informationen zu Überstunden enthält unser Merkblatt „Mehrarbeit und Überstunden“.



KONTAKT

Heiko Lenz

0621-5904-2020
heiko.lenz
@pfalz.ihk24.de

Strengere Nachweispflichten im Arbeitsverhältnis seit August

Zum 1. August sind für Arbeitgeber wichtige Änderungen, unter anderem im Nachweisgesetz (NachweisG), in Kraft getreten. „Arbeitgeber müssen bei Neueinstellungen ihren Mitarbeitern umfangreichere schriftliche Informationen über wesentliche Arbeitsinformationen zur Verfügung stellen als dies bisher notwendig war. Verstöße werden durch eine neu eingeführte Bußgeldvorschrift sanktioniert, wonach eine Geldbuße von bis zu 2.000 Euro pro Fall droht“, so Heiko Lenz, zuständiger Jurist bei der IHK Pfalz.



Praxistipp

Heiko Lenz empfiehlt Unternehmen, nicht mehr alle vom Nachweisgesetz geforderten Inhalte in den Arbeitsvertrag aufzunehmen, sondern ergänzend ein gesondertes Nachweisschreiben zu erstellen. Dies begründet keine zusätzliche rechtsgeschäftliche Bindung des Arbeitgebers an die Aussagen des Nachweises.

Weitere Informationen enthält unser Merkblatt.



Betroffen sind hiervon alle Neuverträge ab dem 1. August. Schon bisher verpflichtete das Nachweisgesetz Arbeitgeber, die wesentlichen Bedingungen des Arbeitsvertrags schriftlich niederzulegen, diese Mitschrift zu unterzeichnen und dem Arbeitnehmer auszuhändigen. Auch für Arbeitsverhältnisse, die bereits vor dem 1. August bestehen, gelten die Neuregelungen. Mitarbeiter können vom Arbeitgeber verlangen, dass die im NachweisG genannten wesentlichen Arbeitsbedingungen innerhalb einer Woche ausgehändigt werden. Zahlreiche Arbeitsbedingun-

gen müssen künftig zusätzlich zu den bereits jetzt in § 2 NachweisG genannten Vertragsbedingungen aufgenommen werden: Die neuen Unterrichtungspflichten sehen zum Beispiel vor, über das Kündigungsverfahren zu informieren. Neben den bislang üblichen Vertragsinhalten wie der zwingenden Schriftform einer Kündigung und der Kündigungsfrist muss auch über die Frist zur Erhebung einer Kündigungsschutzklage Auskunft gegeben werden. Arbeitgeber müssen zum Beispiel auch über einen etwaigen Anspruch auf vom Arbeitgeber bereitgestellte Fortbildung, die Zusammen-

setzung der Vergütung und deren Fälligkeit sowie die Art der Auszahlung aufklären. Weitere Unterrichtungspflichten betreffen zum Beispiel vereinbarte Ruhepausen und Ruhezeiten oder bei vereinbarter Schichtarbeit das Schichtsystem.

Bei neu begründeten Arbeitsverhältnissen sieht das Gesetz in Abhängigkeit von der Art der Arbeitsbedingungen unterschiedliche Fristen für die Aushändigung der wesentlichen Arbeitsbedingungen vor. In der Praxis wird das dazu führen, dass alle Arbeitsbedingungen am ersten Tag ausgehändigt werden. ■

KONTAKT

Heiko Lenz

0621-5904-2020
heiko.lenz
@pfalz.ihk24.de

„Führungsfrauen Westpfalz“: Auftakt am 16. November

Führungsfrauen – unabhängig von Alter, Berufserfahrung und Branche – sind ein wichtiger Treiber von Innovation, Vielfalt und nachhaltiger Weiterentwicklung einer Region. Gleichzeitig sehen sie sich immer wieder mit vielfältigen und besonderen Herausforderungen konfrontiert. Auch in der Westpfalz übernehmen Führungsfrauen zunehmend Verantwortung in Wirtschaft, Wissenschaft und Politik und engagieren sich für nachhaltiges Wachstum der Region. Die ZukunftsRegion Westpfalz e.V. (ZRW) und die IHK

Pfalz wollen diese Entwicklung gezielt unterstützen und eine Plattform für Austausch, gegenseitige Beratung und gemeinsame Umsetzung bieten.

Zum ersten Netzwerktreffen der „Führungsfrauen Westpfalz“ laden wir daher alle interessierten weiblichen Führungskräfte aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft am 16. November von 15.30 bis 17.30 Uhr mit anschließendem Get-together ins Fraunhofer IESE Kaiserslautern ein. Nach der Eröffnung durch Wirtschaftsministerin Daniela Schmitt

erwarten sie ein Impuls zur Bedeutung von Seilschaften von Elisabeth Kolz und Zeit für den intensiven, moderierten Austausch zu aktuellen Herausforderungen und Potenzialen für Führungsfrauen in der Region. ■

Weitere Informationen unter

 www.zukunftsregion-westpfalz.de

Anmeldungen bei
Rebekka Ringle unter
r.ringle@zukunftsregion-westpfalz.de.



KONTAKT

Sabine Mesletzky

0621 5904-1114
sabine.mesletzky@pfalz.ihk24.de

Neumitglieder-Veranstaltung in Pirmasens



Welche Angebote und Dienstleistungen bietet die IHK Pfalz für mich an? Das erläutern wir Ihnen bei unserer Veranstaltung. Wir stellen uns und unseren IHK-Auftrag vor und möchten Sie als neues Mitglied kennenlernen. Kommen Sie mit uns ins Gespräch und knüpfen Sie neue Geschäftskontakte.

Selbstverständlich sind alle Mitglieder eingeladen, die mehr über ihre IHK erfahren möchten – nicht nur die neuen. Melden Sie sich an, wir freuen uns auf Sie! ■

17. November
von 17 bis 20 Uhr,
Dienstleistungszentrum
Pirmasens, Adam-Müller-
Straße 6, 66954 Pirmasens

KONTAKT & ANMELDUNG

Pascal Lehmann

0621 5904-1211
mitgliederservice@pfalz.ihk24.de

Jour Spécial – Frankreich als unternehmerische Chance

Die grenzüberschreitende unternehmerische Tätigkeit birgt einige Herausforderungen. Doch gerade Unternehmen in der Grenzregion zu Frankreich können davon profitieren.

So kann Frankreich den eigenen Absatzmarkt erweitern, für Waren wie auch für Dienstleistungen. Im Elsass ist die Jugendarbeitslosigkeit

hoch, während die pfälzischen Unternehmen immer schwerer geeignete Auszubildende finden. Warum also nicht einen französischen Azubi einstellen? Oder die eigene Ausbildungsstelle für deutsche Azubis attraktiver gestalten, zum Beispiel mit einem Praktikum in Frankreich während der Ausbildung?

Bei der kostenfreien Informationsveranstaltung „Jour Spécial“ am 25. Oktober von 13.30 bis 17 Uhr zeigen wir Ihnen im IHK-Dienstleistungszentrum Landau, wie Sie diese Chancen nutzen können, welche rechtlichen

Vorschriften und Rahmenbedingungen einzuhalten sind, aber auch

welche Hilfestellungen und Förderprogramme Sie nutzen können. ■



KONTAKT & ANMELDUNG

Regina Hartmann

06341 971-2512
regina.hartmann@pfalz.ihk24.de

ValiKom Transfer

Die „abschlussbezogene Validierung non-formal und informell erworbener Kompetenzen“ wurde initiiert vom Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) und dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) gemeinsam mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF). Das Projekt wird seither durch das BMBF gefördert und wurde nun bis 2024 verlängert.

ALPLA Werke am Standort Kaiserslautern

- Entwicklung und Herstellung von innovativen Verpackungslösungen aus Kunststoff
- Verpackungssysteme, Flaschen, Verschlüsse und Spritzgussteile für verschiedenste Wirtschaftszweige
- 177 Niederlassungen weltweit
- 22.100 Beschäftigte

 www.alpla.com/de

KONTAKT

Stefanie Lenz

0631 41448-2708
stefanie.lenz
@pfalz.ihk24.de



Lars Klebrowski (links) und Nico Palums haben es geschafft: Ihre praktischen Fähigkeiten als Logistiker sind nun auch offiziell anerkannt.



Wissen und Können im Beruf anerkennen lassen: So geht's

Hoch angesehen bei Kolleginnen, Kollegen und Vorgesetzten, aber ohne Abschluss im ausgeübten Beruf? Das muss nicht so bleiben, dachten sich Nico Palums (37) und Lars Klebrowski (39), beide seit ungefähr fünf Jahren als Quereinsteiger beim Kunststoffverpackungsspezialisten ALPLA Werke in Kaiserslautern in der Logistik tätig. Über einen Aushang im Betrieb erfuhren sie vom Validierungsverfahren ValiKom Transfer – und meldeten sich an.

Bundesweit haben schon mehr als 1.300 Menschen über 25 ohne Berufsabschluss, aber mit viel Wissen im aktuellen Beruf erfolgreich an diesem Projekt teilgenommen. So auch Nico Palums, gelernter Bäcker, und Lars Klebrowski, der mal eine Tischlerlehre gemacht hat. Sie mussten eine Selbsteinschätzung abgeben, ein intensives Gespräch mit einem Berufsexperten absolvieren und sich einer praktischen Bewertung unterziehen.

Ihr Arbeitgeber arbeitete dabei eng mit der IHK Pfalz zusammen. In Rheinland-Pfalz ist die IHK Pfalz derzeit die einzige IHK, die sich

an dem Projekt beteiligt und daher einen großen Bereich abzudecken hat: Sie ist für fast ganz Rheinland-Pfalz, das Saarland und Teile von Hessen zuständig.

Das Zertifikat der IHK Pfalz bescheinigt, dass die Teilnehmenden die Tätigkeiten des Berufes vollständig oder teilweise ausüben können. Das hilft im Betrieb bei Wertschätzung und Weiterbildung sowie beim Arbeitsplatzwechsel. Die Fähigkeiten der Teilnehmenden werden dabei von Berufsexpertinnen und -experten anhand der Anforderungen der anerkannten Ausbildungsabschlüsse bewertet. „Den Kandidaten bei Alpla stellten wir einen

ausgewiesenen Logistikexperten an die Seite“, berichtet IHK-Projektleiterin Stefanie Lenz. Logistikberater und -coach Stephan Paul engagiert sich seit vielen Jahren als Prüfer und Dozent für die IHK Pfalz. Am Validierungsprojekt zur Unterstützung von Quereinsteigern liegt ihm besonders viel – vielleicht auch, weil seine Frau selbst ein solches Verfahren durchlaufen hat.

Dabei machten es die äußeren Umstände allen Beteiligten in den letzten Jahren wirklich schwer. „Pandemiebedingt war der persönliche Austausch nicht immer bei Gesprächen vor Ort möglich, wir mussten

stattdessen oder begleitend Videotreffen terminieren. Lange Jahre für uns tätige Berufsexperten standen nicht mehr zur Verfügung, sodass wir schnell Ersatz finden mussten. Bewertungstermine konnten wegen Corona-Verdacht nicht wie geplant stattfinden – wir mussten die Verfahren daher sehr flexibel organisieren“, schildert Lenz die besonderen Hürden, freut sich gemeinsam mit ihrer neuen Kollegin Irina Brand aber auch über die aktuell lebhaftere Nachfrage.

Doch in diesem Jahr hatten dann beide Teilnehmer endlich ihr Zertifikat zur Gleichwertigkeit ihrer berufspraktischen Kenntnisse mit dem Referenzberuf Fachkraft für Lagerlogistik in der Tasche. Alpa-Personalerin Anna Fröhlich ist vom Nutzen des Zertifikats für die Prüflinge und das Unternehmen überzeugt: „Unsere beiden Kandidaten haben jahrelang sehr erfolgreich in ihrem Beruf gearbeitet, aber ohne bislang offiziell als Fachkraft zu gelten. Das Zertifikat ist nicht

nur gut fürs Selbstbewusstsein, es bedeutet auch bessere berufliche Perspektiven und mehr Anerkennung.“ Und auch Berufsexperte Stephan Paul ist sich sicher: Beide Teilnehmer besitzen die Eignung, den Sprung in die höhere Berufsbildung zu wagen und es mit dem Logistikmeister zu versuchen. ■ (kh)

 www.validierungsverfahren.de

Mit ValiKom Transfer können aktuell bundesweit 35 Berufe bewertet werden.

Besonders nachgefragt:

- Kaufleute für Büromanagement
- Fachlagerist/in
- Maschinen- und Anlagenführer/in
- Fachkraft Lagerlogistik
- Kaufleute im Einzelhandel

#TigerTipps auf LinkedIn

2022 ist das chinesische Jahr des Tigers. Das Kompetenzzentrum Greater China der IHK Pfalz hat daher Tipps zum China-Geschäft zusammengestellt.

China ist Deutschlands wichtigster Handelspartner. Die Länder trennen jedoch nicht nur 7.323,94 km Luftlinie, sondern auch wirtschaftliche Strukturen und Konventionen. Egal ob Newcomer oder alter Hase: Wer in China erfolgreich sein möchte, sollte die Geschäftsstrategie dem Markt anpassen

und sich auf die kulturellen Unterschiede einstellen.

Themen der kurzen „Tiger-Tipps“, die in regelmäßigen Abständen auf der Social-Media-Plattform LinkedIn und auf IHK Interaktiv veröffentlicht werden, sind unter anderem Markteinstieg in

Kommunikations- und Marketingtools, digitaler Vertrieb und rechtliche Fallstricke. ■

 www.ihkpfalz-interaktiv.de

 www.linkedin.com/company/ihk-pfalz-kompetenzzentrum-greater-china



Grafik: Marina-Zloch

Autoren

ab = Andreas Becker
uc = Ulla Cramer
FuH = Sabine Fuchs-Hilbrich
kahy = Katja Hein
kh = Kira Hinderfeld
rad = Anette Konrad
dl = Dirk Leibfried
kes = Alexander Kessler
mara = Marion Raschka

Weitere Infos unter
www.ihk.de/pfalz,
Nummer 26517

Verbraucherpreisindex für Deutschland



Jahr / Monat				Veränderungen in %	
2021	2022			August 2022	August 2021
August	Juni	Juli	August	Juli 2022	August 2021
110,1	117,4	118,4	118,8	+0,3	+7,9

Quelle: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden

„Aufsteiger“ haben alle Chancen auf eine erfolgreiche Karriere

Mit einer landesweiten Weiterbildungs-Kampagne machen die rheinland-pfälzischen IHKs seit September die Aufstiegschancen bekannter, die sich auf dem Karriereweg der Aus- und Weiterbildung ergeben. Für junge Menschen in der Phase ihrer Berufsorientierung sind Aufstiegsperspektiven oft ein wichtiger Aspekt, um sich für eine berufliche Ausbildung zu entscheiden, so die Erfahrung der IHKs.

Landesweit gibt es 37 IHK-Abschlüsse, die als gleichwertig mit dem akademischen Grad eines Bachelors oder Masters eingestuft werden, also zum Beispiel verschiedene Industriemeister, Fachwirte und Betriebswirte. Dabei wissen viele gar nicht, dass Fördermittel zur Verfügung stehen, die für den größten Teil ihrer Lehrgangs- und Prüfungskosten aufkommen können. So deckt das Aufstiegs-Bafög unabhängig vom Einkommen

und Vermögen die Hälfte der Kosten ab. Nimmt man zusätzlich einen KfW-Kredit in Anspruch, der bei Erfolg nur zur Hälfte zurückgezahlt werden muss, bleiben nur noch 25 Prozent übrig, die selbst finanziert werden müssen. Und dann gibt es noch die Chance auf den Aufstiegsbonus von 2.000 Euro.

Hierzu beraten die IHKs – natürlich genauso wie zu allen inhaltlichen Weiterbildungs-Fragen. „Wir wollen anhand

konkreter Erfahrungs- und Erfolgsberichte von Weiterbildungsteilnehmenden und Unternehmen den hohen Stellenwert dieser Abschlüsse aufzeigen“, erläutert Arne Rössel, Hauptgeschäftsführer der IHK-Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz, die Ziele der Kampagne. Sie knüpft nahtlos an die Kampagne „durchstarter“ an, mit der die IHKs für die berufliche Ausbildung werben. ■

 www.aufsteiger-ihk.de



KONTAKT

Maik Eichelmann

0621 5904-1822
maik.eichelmann
@pfalz.ihk24.de

Working Family: Familienunternehmen mit neuen Aktionen

Das rheinland-pfälzische Netzwerk „Working Family“ wächst: Mittlerweile sind hier bereits 42 familiengeführte Gastro-Betriebe organisiert. Im Herbst startet ihre Podcast-Serie „Eh, was geht?“, die sich speziell an junge Menschen richtet. Die Idee: Echte Azubis erzählen, was das Arbeiten in Working-Family-Betrieben ausmacht und warum sie sich für diesen Berufsweg entschieden haben.

Die Mitglieder des Netzwerks haben ein gemeinsames Markenbild entwickelt und eine Webplattform an den Start gebracht. Sie bietet eine umfangreiche Stellenbörse für Interessierte und in einem internen Bereich jede Menge Tools, Checklisten und Werbemittel für die Unternehmen. Hinzu kommt eine breitgefächerte Image-

kampagne auf allen relevanten digitalen Kanälen.

„Bereits vor der Corona-Pandemie galt der Fachkräftemangel als die größte Herausforderung der Branche“, sagt Jan Glockauer, Hauptgeschäftsführer der IHK Trier. „Die langanhaltenden Lockdowns haben dieses Problem noch einmal massiv verschärft,

und der Fachkräftemangel bremst die dringend nötige Erholung der Branche.“

Am 8. November veranstalten alle Working Familys einen Tag der offenen Tür, an dem Interessierte live erleben können, welche Berufe dort ausgeübt werden, wie die Ausbildung abläuft und was die Betriebe ausmacht. ■



 www.working-family.de

KONTAKT

Anna Königstein

0621 5904-1520
anna.koenigstein
@pfalz.ihk24.de



⬆ Gründungen haben Konjunktur – dies wurde auch beim Jubiläum der IHK-Starterzentren deutlich.

Die Starterzentren werden 20

Passend zum 20. Geburtstag der IHK-Starterzentren nehmen die Existenzgründungen in Rheinland-Pfalz zu – und das trotz Krisen und guter Chancen für Fachkräfte auf dem Arbeitsmarkt.

Dies dokumentiert der Gründerreport, der zum Jubiläum erschienen ist. Die Zusammenarbeit der vier Industrie- und Handelskammern mit den vier Handwerkskammern in Rheinland-Pfalz bei den Starterzentren ist nach wie vor einmalig in der Bundesrepublik. An insgesamt 31 Standorten begleiten sie mit einheitlichen Qualitätsstandards Gründungsinteressierte

auf dem Weg in die Selbstständigkeit. Dabei können sie von Beginn an auf ein landesweites Netz an Kooperationspartnern zurückgreifen. Jedes Jahr führen die Starterzentren etwa 3.000 Beratungen durch, geben rund 13.000 Auskünfte und informieren mehrere hundert Teilnehmende bei Sprechtagen und Veranstaltungen.

Im vergangenen Jahr entfiel ein Drittel aller Betriebs-

gründungen auf die Branchen Handel, Gastgewerbe sowie Instandhaltung und Reparatur. Den größten Zuwachs verzeichnen wirtschaftliche Dienstleistungen, gefolgt von Information und Kommunikation. ■



Dipl.-Ing. Matthias Riedel (links), Maximilianstr. 18, 76751 Jockgrim, wurde am 23.08.2022 von IHK-Präsident Albrecht Hornbach als Sachverständiger für das Sachgebiet „Schäden an Gebäuden“ öffentlich bestellt und vereidigt.

BEKANNTMACHUNGEN

Sachverständige

Der Präsident der IHK Pfalz hat am 31.07.2022 Dipl.-Ing. (FH) Andreas Huber, c/o Fa. Eurofins Umwelt West GmbH, NL Speyer, Hasenpfühlerweide 16, 67346 Speyer, erneut für weitere fünf Jahre als Sachverständigen für „Biologische Abwasserreinigung“ bestellt. Er ist erstmals am 31.07.2007 vereidigt worden. ■

 www.starterzentrum-rlp.de

Impressum

Herausgeber:

Industrie- und Handelskammer für die Pfalz, Ludwigplatz 2-4, 67059 Ludwigshafen

Tel. 0621 5904-0, Fax 5904-1204, service@pfalz.ihk24.de, www.ihk.de/pfalz

Redaktion:

Sabine Fuchs-Hilbrich, M.A. (V.i.S.d.P.), Tel. 0621 5904-1200, sabine.fuchs-hilbrich@pfalz.ihk24.de

Alexander Kessler, M.A., Tel. 0621 5904-1205, alexander.kessler@pfalz.ihk24.de

Umsetzung:

MENTHAMEDIA AG, Ajtoschstraße 6, 90459 Nürnberg

thinkfox.marketing GmbH, Bahnhofstraße 39a, 34549 Edertal www.thinkfox.de

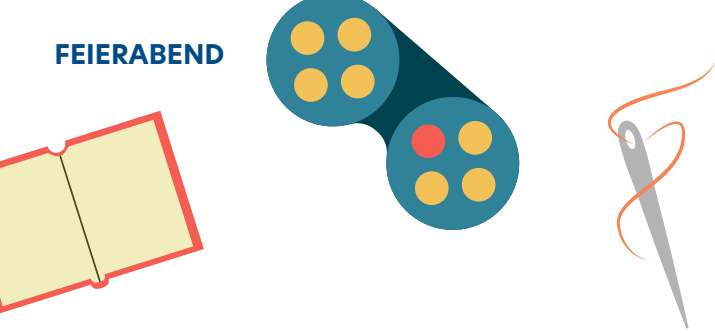
Druck:

Bonifatius GmbH, Druck – Buch – Verlag, Karl-Schurz-Str. 26, 33100 Paderborn, Tel. 05251 153-301, www.bonifatius.de

Titelbild:

stock.adobe.com – modernmovie
Alle nicht speziell ausgewiesenen
Fotos & Grafiken: Adobe Stock

Das „Wirtschaftsmagazin Pfalz“ erscheint alle zwei Monate, jeweils in der ersten Woche der geraden Monate. Es ist das offizielle Organ der Industrie- und Handelskammer für die Pfalz. Die Mitglieder beziehen die IHK-Zeitschrift im Rahmen der grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied der IHK. Die mit Namen oder Kürzel gekennzeichneten Beiträge stellen nicht unbedingt die Meinung der IHK dar. Für unverlangt eingesendete Manuskripte keine Gewähr. Nachdruck und Zweitverwertung nur mit Quellenangabe und Genehmigung der Redaktion. Rechtsvorschriften der IHK Pfalz werden gemäß §11 der Satzung der IHK Pfalz im „Wirtschaftsmagazin Pfalz“ veröffentlicht. Davon abweichend können die Rechtsvorschriften stattdessen aufgrund eines Beschlusses der IHK-Vollversammlung im Bundesanzeiger veröffentlicht werden. Zusätzlich können die Rechtsvorschriften im Internet unter www.pfalz.ihk24.de veröffentlicht werden.



Bibliothek der Zukunft

In Bibliotheken kann man nicht nur Bücher ausleihen, sondern auch spannende Dinge erleben. Das zeigt das Ideenwerk der Stadtbibliothek Ludwigshafen. Hier werden in Workshops Informationen vermittelt, die man braucht, um den Einstieg in ein neues Thema oder Hobby zu bekommen. Ob Webseiten erstellen, Roboter programmieren oder Nähen – in Büchern zu lesen ist gut, aber direkt am Objekt lernen und das Gelernte anwenden ist das Upgrade des Wissens.

Dazu können alle Geräte im Ideenwerk frei genutzt werden, um das Hobby aus-

zuüben. Dazu braucht man lediglich den Bibliotheksausweis. Bei Clubtreffen können sich darüber hinaus Menschen zusammenschließen, um gemeinsam ihrem Hobby nachzugehen. Auch hierzu bietet das Ideenwerk Räume und Ausstattung. Ein weiteres Angebot ist die „Bibliothek der Dinge“. Hier können sogar E-Gitarren, Nähmaschinen oder Federballsets ausgeliehen werden. Diese Dinge auszuleihen statt zu kaufen, leistet sogar einen Beitrag zur Nachhaltigkeit und zum umweltbewussten Konsum. ■

 www.ideenw3rk.de

Wort und Wein

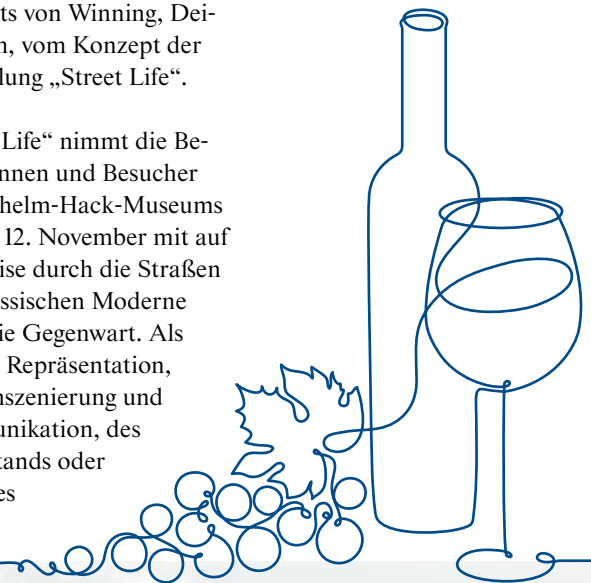
Während der Festspiele Ludwigshafen reisen Künstler aus der ganzen Welt an – „Wort und Wein“ dagegen pflegt die Nachbarschaft. Am 22. Oktober erzählt hierbei René Zechlin, Direktor des Wilhelm-Hack-Museums, im Gläsernen Foyer des Theaters im Pfalzbau Ludwigshafen bei ausgewählten Tropfen des Weinguts von Winning, Deidesheim, vom Konzept der Ausstellung „Street Life“.

„Street Life“ nimmt die Besucherinnen und Besucher des Wilhelm-Hack-Museums ab dem 12. November mit auf eine Reise durch die Straßen der Klassischen Moderne bis in die Gegenwart. Als Ort der Repräsentation, Selbstinszenierung und Kommunikation, des Widerstands oder Protestes

bildet die Straße seit jeher eine vitale Schnittstelle unterschiedlichster Lebensbereiche, gesellschaftlicher Gruppen und Interessen. ■

 www.theater-im-pfalzbau.de

 www.wilhelmhack-museum



Die Habsburger im Mittelalter

Rudolf I. wurde 1273 als erster Habsburger zum König des Heiligen Römischen Reiches gewählt. Er starb am 15. Juli 1291 in Speyer und wurde dort im Dom begraben. Wo bislang ausschließlich Salier bestattet wurden, entstand so eine transdynastische Reichsgrablege. Dies ist der Ausgangspunkt

für die Landesausstellung, die 300 Jahre Geschichte der Habsburger durch das europäische Mittelalter mit all ihren schicksalhaften Umwegen, Brüchen und Erfolgen nachzeichnet.

Auch das Begleitprogramm spricht ganz unterschiedliche Geschmäcker an: Das Spektrum reicht von einem XXL-Filmabend für alle Sissi-Fans am 26. November bis zu einem Biertasting am 12. November – schließlich gibt es ein „König-Rudolf-

Bier“ zur Ausstellung. Der Atem der Habsburger dürfte auch durch die Speyerer Innenstadt wehen, findet doch vom 9. bis 23. Oktober ein Schaufenster-Wettbewerb zum Thema „Mittelalter“ statt. Die Ausstellung läuft vom 16. Oktober bis zum 16. April. ■

 www.museum-speyer.de



Deutschlands schönste Wanderwege – die Pfalz ist dabei

Die Sieger stehen fest bei der Publikumswahl der Zeitschrift Wandermagazin um „Deutschlands schönsten Wanderweg“ – und noch nie haben so viele Wanderfans für ihre Favoriten gestimmt. Insgesamt 46.432 Teilnehmerinnen und Teilnehmer gaben insgesamt 64.870 Stimmen in den Kategorien Tageswanderung und Mehrtageswanderung ab.

Erstmals seit der Einführung der Vergabe des Titels im Jahr 2004 hat in diesem

Jahr zwar ein Weg aus Thüringen die Publikumswahl gewonnen. Doch gleich drei Wanderwege aus dem Biosphärenreservat Pfälzerwald/Nordvogesen waren von den Lesern nominiert worden: Der Rodalber Felsenwanderweg belegte den zweiten Platz in der Kategorie Mehrtages-touren, und auch der Alt-schlosspfad bei Eppenbrunn schaffte es in der Kategorie Tagestouren mit dem 8. Platz noch in die Top 10. Der Rimbach-Steig bei Darstein erreichte Rang 14 in der Kategorie Tagestouren. ■



Alle Infos und Links zu den drei Wegen zum Nachwandern unter:

 www.suedwestpfalz-touristik.de

Die
nächste
Ausgabe
erscheint
Anfang
Dezember



Ernten erlaubt!

Im Herbst verrotten in der Erntesaison jährlich viele Kilogramm Obst auf Wiesen, in Gärten und an Feldrainen. Die Eigentümer der Bäume kommen oft mit der Ernte der vielen Früchte nicht nach oder haben kein Interesse daran. Heimisches Obst ist jedoch viel zu schade, um ungenutzt zu bleiben. Dieser Verschwendung möchte die Stadt Pirmasens entgegenwirken. Auf den städtischen Streuobstwiesen werden die Bäume mit einem gelben Band markiert, um deutlich zu machen: „Hier darf jeder ernten!“ Das „Gelbe Band“ lädt dazu ein, Obst und Nüsse zu pflücken,

und sorgt dafür, dass weniger Früchte unter den Bäumen verderben.

Private Grundstückseigner können sich ebenfalls an der Aktion beteiligen, indem sie ihre Bäume gut sichtbar mit einem gelben Band und so den Ertrag als Allgemeingut kennzeichnen. Informationen zur Aktion „Gelbes Band“, eine Übersichtskarte mit den kommunalen Streuobstwiesen sowie eine Aufstellung, wo welche Nuss- und Obstsorten zu finden sind, erhalten Interessierte im Web. ■

 www.pirmasens.de/gelbesband

Kultur als Überlebenskunst – und als Komödie

Nach langer „Zwangs-pause“ kommt Christian „Chako“ Habekost mit neuem Material zurück auf die Bühnen der Metropolregion – unter anderem am 16. November ins Congressforum Frankenthal. „Comedyantisch“ und nachdenklich zugleich. Das neue Programm „Life is Ä Comedy“ ist eine Art Autobiografie als Stand-up-Comedy mit persönlichen Anekdoten, politischen Rundumschlägen und lokalpatriotischen Mundarten. Chako feiert das Leben, seine Fans, die Kultur als Überlebenskunst.

auf der Bühne seines Lebens: von der Geburt bis zur Pandemie, vom Mannheimer Kinderhort bis ins Capitol, vom hochdeutsch erzogenen Brillenträger bis zum (kur)pälzisch grooven-den Dialektiker. ■

 www.congressforum.de

Und so persönlich, direkt und ungeschminkt wie nie zuvor in seiner 30-jährigen Karriere verspricht der Künstler aufzutreten; Chako als Hauptdarsteller





Die Party ist vorbei ...

Das ist vielleicht das falsche Bild, denn nicht die Party ist vorbei, sondern die sinnlose Verschwendung von Ressourcen, Steuergeldern, Energie, Lebenszeit und falsch verstandenem Wohlstand gerät endlich ins Kreuzfeuer. Und da wirkt es geradezu fatal, wenn sich Politiker beim Volk einschmeicheln – zum Beispiel mit Treibstoff- und Energiegutscheinen für alle. Damit auch diejenigen weiterhin mit ihren SUVs aus den Nobelvororten bequem in die Innenstädte fahren und sich über Staus aufregen können, die sich locker auch den doppelten Spritpreis leisten könnten.

Oder eine Mehrwertsteuersenkung für Lebensmittel – auch wieder wirksam für alle und für alles – auch Fleisch. Damit wir weiterhin über zu viele Pfunde auf den Rippen klagen und ungehemmt Lebensmittel wegwerfen können. Sind das die Maßnahmen, die zu mehr Klimaschutz führen, Lebensmittelverschwendung und Massentierhaltung reduzieren und Misswirtschaft und Fehlverhalten endlich auch über den Preis umsteuern? Sicherlich nicht. Das sind ausschließlich Maßnahmen, um das Wahlvolk einzulullen und für sich zu gewinnen. Denn eigentlich sollte man nur den wirklich Bedürftigen unter die Arme greifen. Genau jenen, die durch Misswirtschaft, falsche Versprechungen und Inflation in eine existenzielle Schieflage geraten.

Genau diese Inflation wird massiv angeheizt durch all die kleinen und großen (Wahl-)Ge-

chenke und die damit verbundene Ausweitung der Geldmenge. 100 Milliarden hier und 400 Milliarden dort – wie schön ist es doch, Geld auszugeben, das man nicht verdienen muss. Und so mutet es geradezu seltsam an, dass etwa Mercedes ein Rekordergebnis für 2021 ausweist, während die Gemeinschaft gleichzeitig Milliarden für die Kurzarbeit der Mercedes-Mitarbeiter aufgebracht hat ...

Deshalb: Wir wollen keine populistischen Schattenkämpfe und mediengerechtes Geschacher wie etwa Atomkraft gegen Tempolimit, sondern entschlossene Politiker, die über Parteigrenzen hinweg und im Schulterschluss mit der Wirtschaft und der Bevölkerung den Weg der großen Transformation einschlagen. Dafür braucht es Mut und die Bereitschaft für Experimente und entschlossenes Handeln. Kein Entweder-oder, sondern ein Sowohl-als-auch: Da brauchen wir sowohl die E-Mobilität wie auch E-Fuels und Wasserstoff, sowohl die Bereitschaft zur Einschränkung und Veränderung wie auch einen Paradigmenwandel und das Abschneiden alter Zöpfe.

Lassen Sie uns gemeinsam konzentriert und ohne Populismus, Greenwashing und Medienwirbel die bereits vorhandenen Lösungen umsetzen, Innovationsgeist fördern, einem Bewusstseinswandel den Weg ebnen und einfach auch bereit sein, eine andere Party zu feiern. Eine Party, die auf Freude statt Konsum setzt, auf Solidarität statt Protz, auf Gemeinschaft statt Ego. ■

”

Wir brauchen keine Beschwichtigungen, sondern wollen, dass uns reiner Wein eingeschenkt wird.



Fritz Lietzsch gibt als Geschäftsführer des ALTOP Verlags auch das Magazin *forum Nachhaltig Wirtschaften* heraus. Er beschäftigt sich seit vielen Jahren mit den Themen CSR und Nachhaltigkeit und hat dafür den B.A.U.M.-Umweltpreis erhalten.