



Innovationen
gestern – heute – morgen

Die Unternehmer-Mitmachorganisation

Heimat shoppen

Aktionstage für Handel,
Gastronomie und Dienstleistungen
wollen Ortszentren beleben



Berufswegekompass

IHK-Ausbildungsmesse findet
wieder im Präsenz-Format statt.

Seite 30

Erfolgreiche Schnapsidee

Monatlicher Gründungstammtisch
Gießen trifft sich im „Weingarten“.

Seite 32

Heimische Gastronomie

Regionalmarke zertifiziert und
Dorfgeschäfte ausgezeichnet

Seite 38

DIE WETTERAU ENTDECKEN!



THOMAS KOPP

Wetterau ZU FUß

DIE SCHÖNSTEN SEHENSWÜRDIGKEITEN
ZU FUß ENTDECKEN

»Wetterau zu Fuß« nimmt Sie mit auf Streifzüge durch Friedberg, Bad Nauheim, Bad Vilbel, Butzbach, Büdingen und Nidda. Ob Festungsstadt, Weltbad, Fachwerk-Perle oder Boom Town: Einen Besuch ist jede dieser Städte wert. Und wer nicht genug vom Stadtbummel hat, kann noch zahlreiche Attraktionen in der Nähe entdecken wie z. B. das Kirchendorf Ockstadt oder die Burg Münzenberg.

Thomas Kopp
Wetterau zu Fuß
ISBN 978-3-95542-424-4
15,00 €

NEU!

Jetzt im Handel oder
unter www.societäts-verlag.de

societäts\verlag

Zwischen den Welten

Seit vielen Monaten kämpft sich nun der heimische Handel, zusammen mit den Akteuren der Wirtschaft, durch die Wirren der Pandemie. Wer allerdings dachte, dass wir nach diesem Schreckensszenario mit einem krisenerprobten Handel in die Zukunft starten werden, der wurde eines Besseren belehrt: Nach dem Überfall auf die Ukraine kommen fast täglich neue Fragen auf die Händler zu. Wie stabil werden die Lieferketten sein? Wie wird sich die Inflationsrate weiterentwickeln? Welche Belastungen werden uns durch das stetige Steigen der Kosten treffen? Und – am allerwichtigsten: Wie werden die Käufer damit umgehen, wie werden sie ihr Kaufverhalten gestalten?

Und auch die vielen Fragen rund um die Pandemie verunsichern mehr, als dass sie Gewissheit bringen. Wie wird der Handel den nächsten Herbst und Winter überstehen? Wie wird sich das im Schulterschluss mit der Gastronomie gestalten lassen? Werden wieder Regeln kommen, deren Sinnhaftigkeit und deren Wirksamkeit fraglich sind? Wie viele Menschen werden erneut Angst haben und Handel und Gastronomie meiden? Wird es uns gelingen, gemeinsam mit den Verantwortlichen in der Politik einen guten Weg zu finden?

Der Handel befindet sich aktuell zwischen den Welten: die Pandemie noch nicht ganz vorbei, das Unheil der sich neu sortierenden Weltordnungen noch nicht ganz absehbar – und was sich in diesem Spannungsfeld noch alles aufzutut, man weiß es nicht ...

Da ist es nur gut, dass die IHKs mit „Heimat shoppen“ eine Initiative ins Leben gerufen haben, die bei den Kunden landauf, landab bekannt ist, die viel kreativen Raum lässt, um individuelle Aktionen umzusetzen, und die Lust macht, vor Ort in die Läden zu gehen und Tolles zu entdecken. Der Volksmund sagt: „Wer glaubt, Glück könne man nicht kaufen, der war noch nie shoppen.“ Und genau das lässt sich mit „Heimat shoppen“ erfahren. Und ob die Einkaufstaschen zum Schluss prall gefüllt sind oder man einfach eine schöne Erfahrung macht, die Lust auf mehr weckt, bleibt sich gleich. Was zählt, ist, dass die Menschen ihren Handel vor Ort – der ja viele Maßnahmen zum Schutz vor Infektionen umgesetzt hat – wieder schätzen und weiter schätzen und wissen, dass ein Besuch beim heimischen Handel sicher ist und dass sich ein Besuch auch immer wieder lohnt.



Foto: MarcFippel.de

Jochen Ruths

Jochen Ruths
IHK-Vizepräsident



Titelbild:
Brunnen in Büdingen,
aufgenommen von
Andreas Mertenbacher



Foto: P. Zelinski

Weingarten 24

Gründungsstammtisch Gießen traf sich im Juli bei der trocken & lieblich UG.

AUFMACHER

- 6 Aktion „Heimat shoppen“**
Schirmherr der IHK-Kampagne ist Hessens Wirtschaftsminister Tarek Al-Wazir.
- 8 Lokale Wirtschaft der Ortskerne stärken**
Butzbach, Nidda, Karben, Büdingen und Feldatal nehmen an der Aktion „Heimat shoppen“ teil.

WIRTSCHAFT UND POLITIK

- 16 Unternehmen wollen ihre Lagerhaltung erhöhen**
Fragen an DIHK-Außenwirtschaftschef Volker Treier, wie Unternehmen auf Störungen in den Lieferketten reagieren
- 17 Die Business Angels Mittelhessen nehmen Fahrt auf**
Vor dem Investorennetzwerk präsentierten vier Start-ups ihre innovativen Konzeptideen.
- 18 Warum auch zu wenig Stress krank macht**
Beim Treffen der Wirtschaftsjuvenen Wetterau sprach Mentaltrainer Boris Kimes über Stress und Führungsstil.
- 20 Aussteller aus elf Ländern**
Branche rund um Optik, Photonik, Elektronik und Mechanik traf sich im Juli auf der W3+ Fair in Wetzlar
- 21 Junge Wirtschaft trifft Politik**
Die Wirtschaftsjuvenen Wetterau und die Wirtschaftsjuvenen Gießen-Vogelsberg richten eine gemeinsame Podiumsdiskussion aus.

150 JAHRE IHK GIESSEN-FRIEDBERG

- 22 Mit neuen Ideen den Wandel gestalten**
Vier Großhändler berichten über die Entwicklung ihrer Branche und den Weg vom Gestern zum Heute und die Visionen zum Morgen.

- 26 Blick in die Historie**
Am 20. September 1872 fanden sich im Gießener Gasthof „Zum Prinzen Carl“ sieben Mitglieder zusammen. Das war die Geburtsstunde der IHK Gießen.
- 28 Nachfolge zukunftssicher gestalten**
Für den Bestand eines Unternehmens ist die optimale Rechtsformwahl eine entscheidende Voraussetzung. Interessante Ansätze stellt Professor Horst Hammen vor.

IHK-SERVICE

- 29 Außenwirtschaft im Fokus**
Ein Bericht vom 6. Außenwirtschaftstag Hessen
- 30 In eine erfolgreiche Karriere starten**
Im September findet wieder die Friedberger Azubimesse Berufswegekompas in Präsenz statt.
- 32 „Wir sprudeln vor Ideen“**
Der Gründungsstammtisch Gießen fand im Juli im „Weingarten“ des Start-ups trocken & lieblich UG statt.
- 34 Veranstaltungskalender**
- 34 Veränderungen im Handelsregister**
- 35 Veranstaltungen im Kurzporträt**

PERSONALIEN

- 36 Jubiläen**
- 37 Gemeinsam stark**
Neuer Vorstand für den Verein Wirtschaft für Bad Nauheim e.V.
- 37 Neuer Geschäftsführer der TourismusRegion Wetterau**
Volker Spies übernimmt die Leitung.



Foto: privat

Mit Herz und Verstand 44

Bad Nauheim hat in der Immobilienbranche mit Julia Schönhals und Tobias Reile Zuwachs bekommen.



Foto: privat

Erfolgsgeschichte 45

Die Gebr. Schreck Feinmechanik in Grebenau feierte den 100. Geburtstag. Die Freude darüber sieht man der Belegschaft und den Inhaberinnen Rita Becker-Ochs (mittig im hellen Blazer) und Tochter Cornelia Voigt (im roten Kleid) an.

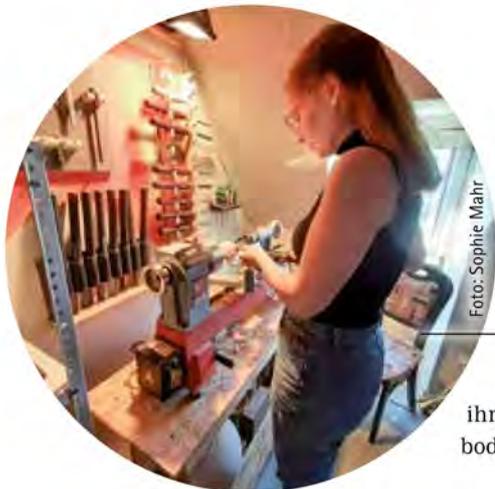


Foto: Sophie Mahr

Handgemacht 46

Ann-Christin Veeger drechselt in ihrer eigenen Werkstatt auf ihrem Dachboden Schmuck und Alltagsgegenstände.



Foto: Hessische Staatskanzlei

Beste Dorfgasthäuser 40

Hessens Ministerpräsident Boris Rhein hebt den gesellschaftlichen Wert der regionalen Gastronomie sowie deren Bedeutung für ländliche Räume hervor.

45 Von Grebenau in die ganze Welt

Vor 100 Jahren wurde mit der Gründung der Gebr. Schreck in Wetzlar der Grundstein für eine Erfolgsgeschichte gelegt.

LEBENSART

46 „Jedes Stück ist einzigartig“

Ann-Christin drechselt Schmuck und Alltagsgegenstände in ihrer eigenen Werkstatt – auf dem Dachboden.

IMPRESSUM

50 Autoren dieser Ausgabe

50 Vorschau

SONDERTHEMA GASTRONOMIE

38 Regionalität auf dem Teller

Heimische Gastronomiebetriebe können sich als „Vogelsberg ORIGINAL“ zertifizieren lassen.

40 Wichtig fürs Gemeinwesen

„Die besten Dorfgasthäuser in Hessen“ wurden ausgezeichnet.

NACHRICHTEN AUS DER REGION

41 Weinkultur für alle

Die IHK gratuliert Hanns Fertsch zu einem Vierteljahrhundert Weinhandel.

42 Altholz für Neubau

In Buttlar entstehen Appartements durch Element- und Modulbau.

44 Individuell und von Herzen

In Bad Nauheim vermitteln Tobias Reile und Julia Schönhals nicht nur Immobilien.

Aktion „Heimat shoppen“

Am 9. und 10. September startet die Kampagne der hessischen IHKs „Heimat shoppen“, die ein Zeichen für lebenswerte Innenstädte und Ortskerne setzen will. Über 100 Gewerbevereine, Wirtschaftsförderungen und Initiativen beteiligen sich. Schirmherr ist Hessens Wirtschaftsminister Tarek Al-Wazir.

Herr Minister Al-Wazir, Sie haben die Schirmherrschaft zur hessischen IHK-Aktion „Heimat shoppen“ übernommen. Worin sehen Sie den Beitrag der Aktion für die Stärkung der Innenstädte?

Innenstädte und Ortskerne sind von jeher Zonen der Begegnung, des öffentlichen Lebens, weil dort Geschäfte sind und Märkte, Kinos und Theater, Restaurants und Kneipen, die die Menschen anziehen. Handel, Gastronomie und Dienstleister sind einfach nicht wegzudenken aus einem vitalen Zentrum – und das gibt es nicht online. Darauf weist „Heimat shoppen“ hin. Es ist eine Gelegenheit für die lokalen Unternehmen, deutlich zu machen, welchen Beitrag sie zur Attraktivität einer Innenstadt und für die Gesellschaft allgemein – etwa als Ausbildungsbetriebe – leisten.

Als Wirtschaftsminister haben Sie die Auswirkungen der Corona-Pandemie für die innenstadtaffinen Branchen deutlich erlebt. Kann „Heimat shoppen“ hier unterstützen?

Unbedingt. Nach einer langen Zeit der Einschränkungen zeigen die Gewerbetreibenden: „Wir sind (wieder) da“, und die Innenstädte zeigen, was sie zu bieten haben. Das ist ein wichtiges Signal. Aber eins muss klar sein: „Heimat shoppen“ ist eine Antwort auf strukturelle Entwicklungen, aber keine Kompensation für die finanziellen Folgen der Pandemie. Dafür hat es die Überbrückungshilfen und andere Unterstützungsprogramme gegeben.

Was brauchen die hessischen Innenstädte, um lebendige und attraktive Zentren zu bleiben?

Klar ist: Die Uhr lässt sich nicht zurückdrehen, das Einkaufsverhalten und die Lebensgewohnheiten der Vor-Internet-Zeit sind Vergangenheit. Wir müssen deshalb einen neuen Nutzungsmix über den Handel hinaus entwickeln und auf diese Weise neue Anziehungspunkte schaffen. Ein Besuch in der Innenstadt muss eben etwas bieten, was man online nicht bekommt. Das kann die Begegnung mit anderen Menschen sein, ein Konzertbesuch oder einfach ein gutes Eis – viele solcher Momente werden am „Heimat shoppen“-Wochenende zu erleben sein. Man kann sozusagen einen Vorgeschmack bekommen auf das, was wir strukturell mit dem „Bündnis für die Innenstadt“ und dem angelehnten Förderprogramm „Zukunft Innenstadt“ in den Kommunen anstoßen und unterstützen wollen. Zusammen mit den Bündnispartnern werden wir einen Zukunftsplan für Hessens Innenstädte mit vielen Antworten und guten Beispielen entwickeln.

Der Landeswettbewerb „Ab in die Mitte! Die Innenstadt-Offensive Hessen“ hat in diesem Jahr 20-jähriges Bestehen gefeiert. Sie waren bei der Preisverleihung in Bebra und haben die Preise überreicht, aber auch Neuerungen angekündigt. Wie sehen diese aus?

„Ab in die Mitte“ ist ein Erfolgsprojekt, das wir fortsetzen werden. Wir erleichtern zukünftig die Abwicklung der Fördermittel

und reduzieren den administrativen Aufwand. Das macht die Teilnahme noch attraktiver und wir hoffen, dass wir damit weiterhin auch viele private Akteure ansprechen. Denn die Innenstadtentwicklung ist eine Gemeinschaftsaufgabe. Dafür muss man Akteure zusammenbringen, und dazu leistet „Ab in die Mitte“ einen wichtigen Beitrag. Dasselbe versprechen wir uns von „Heimat shoppen“ – auch dabei werden neue Netzwerke entstehen, wie sie für eine zukunftsfähige Ausrichtung der Innenstadt unerlässlich sind.

Zum Abschluss: Was lockt Sie in die Innenstädte in Hessen?

Dass man dort unter Leuten ist. Man trifft dort die ganze Vielfalt unserer Gesellschaft, alle Altersklassen, alle sozialen Schichten, das ganze bunte Leben. Das finde ich einfach anregend. ■

ONLINE

www.heimat-shoppen.de



Foto: Oliver Rütger/HMWEEVW

Hessens Wirtschaftsminister
Tarek Al-Wazir

Aktion stärkt lokale Wirtschaft der Ortskerne

Im Bezirk der IHK Gießen-Friedberg findet „Heimat shoppen“ bereits zum dritten Mal statt. In diesem Jahr planen Butzbach, Nidda, Karben, Büdingen und Feldatal lebendige Veranstaltungen in ihren Stadtzentren.

VON PETRA A. ZIELINSKI UND
ANDREAS MERTENBACHER

Viele Städte und Gemeinden haben mit dem Problem von Leerständen in den Innenstädten zu kämpfen. Ein Trend, der durch die Corona-Pandemie noch weiter verschärft wurde. Hierunter leidet vor allem der Einzelhandel. Um dieser Tendenz entgegenzuwirken und die Innenstädte wieder zu revitalisieren, hat die IHK Mittlerer Niederrhein bereits 2014 die Aktion „Heimat shoppen“ initiiert, die inzwischen jährlich bundesweit stattfindet.

Auch im Bezirk der IHK Gießen-Friedberg beteiligen sich fünf Gemeinden an der Imagekampagne. Die meisten von ihnen bauen sie in ein bereits bestehendes Event ein. Die Stadt Butzbach beispielsweise verbindet das „Heimat shoppen“ mit

dem „Late Night Shoppen“ und ist unabhängig vom vorgegebenen Datum (9. und 10. September). In Nidda wird die Aktion mit dem traditionellen Herbstmarkt verknüpft und in Büdingen ist sie Teil der Gutscheinkampagne „Heimatgeld“. In Feldatal wird sie mit dem monatlichen Bauernmarkt verknüpft, während sich Karben primär auf einen Aktionstag konzentriert (10. September), um den Effekt zu maximieren. Für alle Teilnehmer stellt die IHK Gießen-Friedberg zusätzlich 14.000 Einkaufstüten zur Verfügung, in denen „Heimatshopper“ ihre Einkäufe transportieren können.

Unter dem Motto „Fünf Städte, fünf Fragen“ werden im Folgenden die teilnehmenden Gemeinden vorgestellt. Die Bürgermeister der jeweiligen Kommunen und Vertreter der Gewerbevereine erörtern, was die Aktion für sie bedeutet und welche Highlights Besucher erwarten können.

Die Stadt am Fluss

Die Gemeinde Nidda, durch die der gleichnamige Fluss fließt, liegt im hessischen Wetteraukreis, genauer im Naturraum Unterer Vogelsberg. Die Stadt zählt 18.000 Einwohner, die sich auf 18 Stadtteile verteilen. Neben der Möglichkeit, in der schönen Altstadt entspannt einzukaufen, bietet Nidda noch weitere Events. Dazu zählen die unterschiedlichsten Märkte wie der Bauern-, der Martini- oder der Weihnachtsmarkt. Auch Konzerte,



Foto: privat

Maximilian Häußner, Inhaber des Bekleidungsgeschäfts Textilium in Nidda und zweiter Vorsitzender des dortigen Gewerbevereins, packt der Kundschaft die Ware gerne in die Aktionstüten.

Lesungen und Theater finden regelmäßig statt. Weitere Höhepunkte sind die Nacht der Museen oder das Fest der Kulturen.

Bürgermeister Thorsten Eberhard (CDU), seit Januar dieses Jahres Bürgermeister von Nidda, ist stolz auf seine Stadt: „In Nidda geht man in entspannter und familiärer Atmo-



Bild: neo tam/pixabay



sphäre gerne einkaufen. Hier genießt man eine umfassende und persönliche Einkaufsberatung in den vielen inhabergeführten Einzelhandelsgeschäften. Die Geschäftsinhaber nehmen sich Zeit für ihre Kundschaft und deren Wünsche, man kennt sich und die Kunden können – trotz Kleinstadt – aus einem großen Angebot wählen. Ein weiterer Vorteil sind die kurzen Wege von den ausreichend zur Verfügung stehenden Parkplätzen. Während oder nach dem Einkaufsbummel kann man wunderbar in der Altstadt die vielfältige Gastronomie genießen und gemütlich auf dem Marktplatz verweilen.“



Foto: Andreas Mertenbacher

Die Perle der Wetterau

Vor 15 Jahren hat die Gemeinde Butzbach erfolgreich den Hesttag ausgerichtet. Darüber hinaus trägt die Stadt seit Januar dieses Jahres offiziell den Titel „Friedrich-Ludwig-Weidig-Stadt“. Butzbach mit seinen 13 Stadtteilen und 27.531 Einwohnern liegt am Rande des Naturparks Taunus und bietet viele Möglichkeiten zum Wandern, Besichtigen, aber natürlich auch zum Einkaufen. Bekannt ist die Stadt auch für ihre großen und kleinen Veranstaltungen, wie beispielsweise das Open-Air-Kino im Innenhof des örtlichen Landgrafenschlosses.

Bereits seit 15 Jahren ist Michael Merle (SPD) Bürgermeister von Butzbach. Er freut sich über die Beteiligung der Stadt an der Aktion „Heimat shoppen“: „Ein attraktives Einzelhandels-, Gastronomie- und Freizeitangebot sind neben der Infrastruktur einer

Michael Schneider (links), Vorsitzender des Gewerbevereins, bei der Übergabe der „Heimat shoppen“-Tüten an Andreas Beyeler, Marktleiter der tegut-Filiale in Feldatal

der wichtigsten Bausteine für eine hohe Aufenthaltsqualität unserer Innenstadt. Damit diese Angebote auch nachgefragt werden, müssen wir immer wieder das Bewusstsein der Kunden für das vielfältige Präsenzangebot vor Ort sensibilisieren, damit die Lust, vor Ort einzukaufen, nicht einschläft. Die bundesweite IHK-Kampagne ‚Heimat shoppen‘ ist ein gutes Kommunikationsdach für alle Kommunen, auf emotionale Weise – ohne den erhobenen Zeigefinger in Richtung Online-Einkauf – auf den Wert des Handels, der Gastronomie und der Dienstleister für die Menschen in unserer Stadt, inklusive der Stadtteile, aufmerksam zu machen. Nur belebte Innenstädte sorgen für Begegnung und schaffen eine Wohlfühl-Atmosphäre. Wir sind froh, dass wir auch dieses Jahr wieder die ‚Heimat shoppen‘-Aktionswochen

mit unserem traditionellen ‚Late Nate Shopping‘ des Gewerbevereins Butzbach aktiv verbinden können.“

Die Stadt der Frösche

Wer schon einmal in Büdingen war, dem werden sicher die vielen Froschmotive aufgefallen sein, die überall in der Stadt zu finden sind. Wie es dazu kam, beschreibt die Sage des Büdinger Froschkriegs aus dem Jahr 1522: Die Braut des Grafen zu Ysenburg und Büdingen soll vom lauten Quaken der Büdinger Frösche so um den Schlaf gebracht worden sein, dass sie sogar mit der Scheidung drohte. Um seine Ehe nicht zu gefährden, ließ der Graf die Frösche einfangen und im angrenzenden Bach ertränken. Seitdem werden die Büdinger als „Beuringer“

bezeichnet, was sie als Ehrentitel aufnehmen. Büdingen zählt heute 22.831 Einwohner, 16 Ortsteile und kann auf eine reiche Historie zurückblicken.

Bürgermeister Benjamin Harris (CDU), der erst seit März dieses Jahres im Amt ist, freut sich, dass durch die Aktion die Innenstädte belebt werden: „Die Aktion ‚Heimat shoppen‘ ist für mich eine sehr gelungene Umsetzung der Idee des Einkaufens vor der eigenen Haustüre. Das ist eine sehr regionale Wertschöpfung, die uns allen guttut. Insbesondere nach den Einschränkungen der Corona-Pandemie macht die Aktion ‚Heimat shoppen‘ wieder Lust, die Ladengeschäfte von innen zu erkunden und sich persönlich beraten zu lassen. Nur durch lokales Einkaufen lassen sich Innenstädte beleben und als lebens- und liebenswerte Orte erhalten.“



Die Stadt im Herzen der Natur

In Karben, wo insgesamt 23.659 Einwohner in sieben Ortsteilen zu Hause sind,

Sichtschutz oder Hingucker? Die Tüten der Aktion „Heimat shoppen“ sind vielfältig einsetzbar – im besten Falle natürlich mit Waren der teilnehmenden Geschäfte wie das Goldstück in Butzbach.

	Büdingen	Feldatal
	Interview mit Hubert Hacker, Rechner des Gewerbe- und Verkehrsvereins Büdingen	Interview mit Michael Schneider, Vereinsvorsitzender des Gewerbevereins Feldatal
Welchen Beitrag kann „Heimat shoppen“ zur Stärkung heimischer Innenstädte leisten, gerade vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie?	Wir verspüren beim Einkaufen einen Frequenzverlust gegenüber der Zeit vor Corona. Es ist also nicht so, dass alles wieder da ist, wo wir es uns wünschen würden. Durch die Corona-Pandemie ist ein anderes Einkaufsverhalten aufgebaut worden, das sich mehr und mehr Richtung Online-Handel bewegt. Auch die großen Märkte und Ketten haben dann mit der Zeit immer mehr Produkte von den kleineren Innenstadtunternehmen mit ins Sortiment aufgenommen. Das schwächt natürlich den variablen Einzelhandel in den Innenstädten.	Innenstadt in dem Sinne haben wir hier in Feldatal natürlich nicht wirklich. Bei uns liegt der Fokus der Aktion auf unserem Bauernmarkt. Einmal im Monat findet der Markt hier vor dem Rathaus statt. Das Ziel ist es, regionale Produkte anzubieten und damit sicherzustellen, dass die Bürgerinnen und Bürger nicht so weit zum Einkaufen fahren müssen. Damit können wir die Bindung der Leute zu Feldatal stärken, was gerade in Zeiten von Corona so wichtig ist. Auch ist es uns wichtig, über den Bauernmarkt unseren regionalen Direktvermarktern eine Plattform zu bieten, über die sie Waren anbieten und verkaufen können.
Was bedeutet die Aktion „Heimat shoppen“ für Sie?	„Heimat shoppen“ kann dabei helfen, diese regionale Vielfalt – die so wichtig ist – am Leben zu erhalten, indem sie kleineren und lokalen Geschäften die Möglichkeit gibt, sich zu präsentieren. Eine Vielzahl von Produkten gibt es direkt vor der heimischen Haustür. Und zusätzlich können somit die Nachbarn unterstützt werden.	Uns ist es wichtig, unseren Bürgern zu kommunizieren: „Suche nicht nur im Internet nach Waren, sondern schau einfach mal vor die Haustür, was es da alles gibt.“ Unsere Aussteller finden das toll, weil die inhaltlichen Grundsätze genau in das Zielbild unseres Bauernmarktes passen. Die Aktion „Heimat shoppen“ ist dafür eine gute Unterstützung. In Zeiten von Amazon und Zalando ist es umso wichtiger, Regionalität zu fokussieren und Traditionen zu pflegen.

wird das Thema Naturschutz besonders großgeschrieben. Daher bemühen sich gleich mehrere Vereine um den Tier- und Naturschutz. Dies geschieht, indem Bachläufe und Naturschutzgebiete betreut oder Nisthilfen für Vögel, Fledermäuse und Insekten gebaut werden. Aber auch die Stadt selbst hat einiges zu bieten. So wurde zum Beispiel ein nachhaltiger Stadtplan entwickelt, der Orte und Geschäfte innerhalb der Stadt aufzeigt, die nachhaltige oder fair gehandelte Produkte anbieten.

Bürgermeister Guido Rahn (CDU), der bereits zwölf Jahre im Amt ist, sieht in der Aktion eine gute Möglichkeit, regionale Geschäfte zu stärken: „Der Karbener Einzelhandel hat mehr zu bieten, als man denkt. Doch wer nimmt sich heute noch die Zeit, die Geschäfte im eigenen Ort zu erkunden, wenn man doch alles online, alles mit wenigen Klicks bestellen kann. Es ist daher unerlässlich, regelmäßig mit großen Aktionen wie ‚Heimat shoppen‘ den Fokus auf die Geschäfte in der eigenen Stadt zu rücken.

Quelle: Gewerbeverein Karben

Wie im vergangenen Jahr auch werden in Karben wieder zahlreiche Unternehmen an der Aktion teilnehmen.

Butzbach	Nidda	Karben
<p>Interview mit André Haußmann, Innenstadt-Management Butzbach</p>	<p>Interview mit Maximilian Häußner, als zweiter Vorsitzender des Gewerbevereins Nidda e.V. zuständig für den Einzelhandel</p>	<p>Interview mit Mike Barowski, 1. Vorsitzender des Gewerbevereins Karben e.V.</p>
<p>„Heimat shoppen“ ist für mich eine Sensibilisierungskampagne, eine nette Art, Menschen zu sagen: „Schau mal, das gibt's alles bei Dir vor Ort und Du bist ein Teil davon. Geh hin und unterstütz es.“ Die Aktion schafft ein Bewusstsein dafür, dass nur wer vor Ort einkauft, zu einer intakten Infrastruktur beitragen kann. Sie weckt Sympathie und führt zu einem Dialog mit Gastronomen und Einzelhändlern.</p>	<p>Die Aktion zeigt auf, wie wichtig Innenstädte sind. Aus diesem Grund nehmen wir nun auch bereits zum zweiten Male teil. Der Endkunde wird sensibilisiert, die Augen aufzumachen und zu sehen, was seine Heimatstadt ihm alles zu bieten hat.</p>	<p>Grundsätzlich ist der Ansatz „Heimat shoppen“ zu begrüßen. Der Versuch, mit dieser Aktion über viele Städte hinweg den Gedanken des Einkaufs vor Ort (in der Heimat) zu dramatisieren, ist gut. Die Coronapandemie hat der Aktion meiner Einschätzung nach etwas die Durchschlagskraft genommen, es fehlte schlichtweg an Überzeugung und Power vor Ort – unter anderem natürlich an den Möglichkeiten, breit wirksame Aktivitäten vor Ort zu realisieren.</p>
<p>Mich erinnert die Kampagne ein wenig an einen Geburtstag und motiviert mich selbst zum Einkaufen gehen. Es ist ein Impuls, nicht nur für mich, sondern auch für andere etwas Schönes zu kaufen. Darüber hinaus ist es eine tolle Möglichkeit, gemeinsam mit dem Gewerbeverein eine nachhaltige Aktion zu starten.</p>	<p>Sie dokumentiert für mich den starken Zusammenhalt der Gewerbetreibenden und gleichzeitig stärkt sie die Verbindung zwischen den Gewerbetreibenden und den Kunden. Ich persönlich kaufe bei Bedarf immer alles in meinem Heimatort ein.</p>	<p>Ein guter Baustein innerhalb des Aktionsmixes.</p>

Solche Aktionen sind Gold wert, wenn es darum geht, noch mehr Menschen für die Einkaufsmöglichkeiten im eigenen Ort zu sensibilisieren. Einkaufen bedeutet Begegnung. Einkaufen bedeutet sehen, fühlen und riechen. Einkaufen bedeutet Neues entdecken. ‚Heimat shoppen‘ bietet uns mehr denn je die Gelegenheit, damit anzufangen. Ich lade daher alle Menschen in Karben herzlich dazu ein, ‚Heimat shoppen‘ 2022 mit Leben zu füllen“.

In Feldatal in die Sterne schauen

Für weltrauminteressierte Menschen bietet die Gemeinde Feldatal ein besonderes Erlebnis. Hier ist es nämlich möglich, in der



Bei Hubert Hacker vom Gewerbe- und Verkehrsverein Büdingen können Heimatshopper mit den Tüten einkaufen.

	Büdingen	Feldatal
Wie haben Sie Ihre Unternehmen zum Mitmachen motiviert?	„Heimat shoppen“ ist bei uns in Büdingen Teil unserer „Aktion Heimatgeld“: Dabei können Gutscheine im Wert von 10 Euro bis 150 Euro erworben und verschenkt werden. Insgesamt beteiligen sich 36 Unternehmen an der Aktion, bei denen die Gutscheine eingelöst werden können. Somit kann der Beschenkte selbst entscheiden, was er mit dem Gutschein kaufen möchte, und der Umsatz bleibt in Büdingen und fließt nicht aus der Region ab.	Die Aussteller des Bauernmarktes mussten eigentlich gar nicht überzeugt werden, da wir bereits vergangenes Jahr gute Erfahrungen mit der Aktion gemacht haben. Auch mit dem Titel „Heimat shoppen“ konnten sich die Unternehmer gut identifizieren. Ebenfalls gut angekommen ist der Umstand, dass es sich bei den Tüten um Papiertüten handelt. Schön wäre es nur noch gewesen, wenn man die Tüten länger hätte verwenden können. Aber gerade der Nachhaltigkeitsaspekt der Tüten kam an.
Welche Werbemittel haben die Unternehmen außer den Tüten erhalten?	„Heimat shoppen“ ist ein wunderbarer Überbegriff, an den wir mit unseren eigenen Aktionen andocken können.	Werbemittel im klassischen Sinn verwenden wir keine. Was wir machen, ist die Neubürgerbegrüßung in den Bauernmarkt zu integrieren. Neubürger erhalten einen kleinen Präsentkorb, der mit Waren aus dem Bauernmarkt gefüllt ist. Dadurch werden die neuen Bewohner auf den Markt aufmerksam gemacht und direkt in die Gemeinde mit aufgenommen.
Welche Highlights erwarten die Besucher in diesem Jahr?	Das große Highlight wird der Gallusmarkt sein, der vom 23. bis 25. September bereits zum 690. Mal ausgerichtet wird. Der Gallusmarkt ist ein Krammarkt mit über 100 Marktständen und verschiedenen Fahr- und Unterhaltungsgeschäften. Damit ist er eher eine Mischung aus traditionellem Markt und Stadtfest. Am letzten Tag wird es zusätzlich einen verkaufsoffenen Sonntag geben.	Wir konzentrieren uns vor allem auf den Bauernmarkt im September und Oktober. Im September wird das Überthema Erntedank sein und es wird einen eigenen Gottesdienst dafür geben. Im Oktober ist die Aktion Teil des Tags der Region, bei dem das Thema Regionalität im Fokus sein wird. Wir verwenden die Aktion Heimat shoppen und die Tüten also nicht inflationär das ganze Jahr über, sondern fokussieren uns bewusst auf September und Oktober.

Sternwarte in Stumpertenrod in den Welt- raum zu schauen. 2.388 Einwohner zählt die mitten im Vogelsberg liegende Gemeinde. Von viel Natur umgeben, ist die Gemeinde mit ihren sieben Ortsteilen eine „grüne Insel“ mitten in Hessen. Die urwüchsige Kulturlandschaft kann gut zu Fuß, auf dem Fahrrad oder sogar auf dem Rücken eines Pferdes erkundet werden. Dabei laden ein Baum- und Naturlehrpfad, die Greifvogelwarte, das Sonnenbad und natürlich die zahlreichen Gaststätten zum Verweilen ein.

Der parteiunabhängige Bürgermeister Leopold Bach ist dem Gewerbeverein dank- bar, dass er die Aktion „Heimat shoppen“ in Feldatal begleitet: „Die Gemeinde möchte dem Gewerbeverein für sein unermüdliches

Engagement in Sachen Bauernmarkt und weiteren Aktivitäten danken. Ich begrüße es sehr, dass eine Aktion wie ‚Heimat shoppen‘ bei uns im Rahmen des Bauernmarktes ermöglicht wird. Dadurch wird das Bewusstsein der Marktbesucher für die Bedeutung des lokalen und regionalen Einzelhandels geschärft, was für die Bürgerbindung und die Gemeinschaft enorm wichtig ist.“ ■

KONTAKT



Daniel Kaiser
Tel.: 06031/609-2010
E-Mail: daniel.kaiser@ giessen-friedberg.ihk.de



Bild: neo tam/pixabay

Butzbach	Nidda	Karben
<p>Durch persönliche Ansprache. Als wir auf die Unterne- men zugegangen sind, hatten wir die Werbemittel schon im Gepäck. Alle Angesprochenen waren begeistert. Wer konnte, hat sofort zugesagt, Geschäftsführer von Ketten mussten sich natürlich noch eine Genehmigung holen. Auf diese Weise konnten wir fast 100 Unternehmen zum Mitmachen gewinnen. In Butzbach haben wir einen bun- ten Mix aus verschiedenen Einzelhändlern, angefangen beim Textilhändler bis hin zum Optiker. Darüber hinaus befinden sich gerade in der Fußgängerzone sehr viele gastronomische Betriebe. Wir sind von Anfang an dabei und hatten nie Probleme, die Unternehmen zu begeistern.</p>	<p>Um eine Innenstadt attraktiv zu erhalten, ist es wichtig, dass die Menschen auch dort einkaufen gehen. Das ist unseren Unternehmen bewusst. Darüber hinaus hat auch die Möglichkeit, kos- tenfrei unter dem Motto „Hallo, uns gibt's“ die Motivation teilzunehmen erhöht. Etwa 75 Pro- zent der Einzelhändler machen mit.</p>	<p>Hier muss man sehen, dass Karben eine sehr übersichtliche Handelslandschaft hat und die Handwerksbetriebe dank ihres guten Auftragsbestands kaum zum Mit- machen zu motivieren sind. Am Ende haben wir circa 15 Betriebe, die mitma- chen. Durch die Konzentration der Aktion auf einen Tag (10. September) gelingt es uns, eine akzeptable Mitmachquote und hohe Aufmerksamkeit zu generieren.</p>
<p>Aufkleber für ihre Schaufenster, Bodenaufkleber in Über- gröÙe und Postkarten für ein Gewinnspiel. Pro Einkauf erhalten die Kunden einen Stempel. Wer drei Stempel gesammelt hat, kann daran teilnehmen. Zu gewinnen gibt es Einkaufsgutscheine.</p>	<p>Wir sind keine Freunde von Rabattaktionen, stattdessen sollen Emotionen im Vordergrund stehen. Rabatte gibt es auch im Internet, Emo- tionen nicht. Wir machen Werbung via News- letter, Instagram, Facebook und durch die Tüten in den Läden. Da wir „Heimat shoppen“ in unser Herbstmarkt-Wochenende integrieren wollen, startet die Aktion in Nidda bereits am 4. Sep- tember und wird dann zwei Wochen laufen.</p>	<p>Wir erstellen zusätzlich einen Aktions- flyer, der an alle Haushalte verteilt wird, und machen natürlich Pressearbeit. Ansonsten bieten die beteiligten Ge- schäfte beispielsweise auch spezielle Aktionen und Rabatte an.</p>
<p>Das Highlight wird zweifellos unser „Late Night Shoppen“ sein. Die Stadt präsentiert sich dann in festlicher Beleuchtung und ein DJ sorgt auf dem Marktplatz für gute Stimmung.</p>	<p>Wie schon gesagt, viele Emotionen.</p>	<p>Am 10. September wird eine Band ab 19 Uhr auftreten, es gibt eine Moden- schau und wie schon erwähnt Aktivitäten der beteiligten Geschäfte.</p>

Produktionsplanungssoftware Asprova APS

Die Nummer 1 im direkten Leistungsvergleich

Unternehmen auf der Suche nach IT-Unterstützung für ihre Geschäftsprozesse stehen vor der Herausforderung zu entscheiden, welche Systemwelt für ihren Anwendungsfall die richtige ist. Im heterogenen Anbietermarkt ist dabei nicht immer direkt ersichtlich, welche konkreten Planungsaufgaben im Unternehmen auch tatsächlich durch Software-Lösungen abgedeckt werden können. Entscheidend bei der Auswahl eines Systems für die Planung der Produktion ist es, die größtmögliche Schnittmenge zwischen dem Funktionsumfang seitens der Anbieter und den Anforderungen seitens der Unternehmen zu bilden.

22 APS-Anbieter im Vergleich

Das **CIBA** (Center Integrated Business Applications) gemeinsam mit dem **FIR e.V.** (Forschungsinstitut für Rationalisierung) an der **RWTH Aachen** hat eine Marktstudie zu APS-Lösungen für Planungsaufgaben in Unternehmen durchgeführt und ausgewertet. Ein APS – ein System für *Advanced Planning and Scheduling* – ist eine Software-Lösung für Herausforderungen in der operativen und strategischen Planung von Kundenaufträgen über alle Fertigungsbereiche bis zum Einkauf. Die Ergebnisse wurden im April 2022 im „IT-Matchmaker®. guide Industrie 4.0“, dem offiziellen Medienpartner der Hannover Messe, veröffentlicht.

Im direkten Vergleich von 22 APS-Anbietern wurde Asprova als Alleskönner gekürt und hat den ersten Platz im Ranking belegt. Die Studie hat das Spektrum der angebotenen Leistungen durch Software-Anbieter und die elementaren Unterschiede zwischen den APS-Lösungen aufgedeckt. So bieten nur 5 der 22 Anbieter mehr als 80 % der Funktionalitäten im Standard an. Asprova erfüllt über 90 % der Anforderungen bereits im Standard und kann dadurch Unternehmen unterschiedlicher Branchen bei einer großen Bandbreite von kundenindividuellen Planungsaufgaben unterstützen. Für Planungshorizonte von kurz- über mittel- bis langfristig, für die gesamte wertschöpfende Kette – von der Beschaffung,

über die Produktion bis zum Versand – plant Asprova vom Groben bis ins Detail, passgenau zugeschnitten auf die Anforderungen und Bedingungen der Anwender.

Asprova APS im Einsatz bei Gebhardt Fördertechnik

Vor der Herausforderung zu entscheiden, welche Software-Lösung für sie die richtige ist, stand vor 7 Jahren auch die Gebhardt Fördertechnik GmbH aus Sinsheim. Sie produzieren mit hoher Fertigungstiefe Systemlösungen für die innerbetriebliche Logistik – von modularer Förder- und Lagertechnik bis zu durchgängigen Konzepten für Lagerautomatisierung und -software. Zu Gebhardts Kunden zählen Großhandelsunternehmen und Automobilhersteller und ihre große Stärke ist Software, Elektronik, Roboter und Anlagen aus einer Hand liefern zu können.

Die Unzulänglichkeiten manueller Planung

Bis zur Einführung von Asprova APS wurde in der Fertigung mit Excel geplant. Komplexe Fertigungsprozesse wie Laserschneiden, Stanzen, Biegen, Drehen, Fräsen, Schweißen, Vor- und Endmontage sowie elektrische Montage und Auswärtsfertigung obendrein, machten es den Mitarbeitern jedoch unmöglich mit

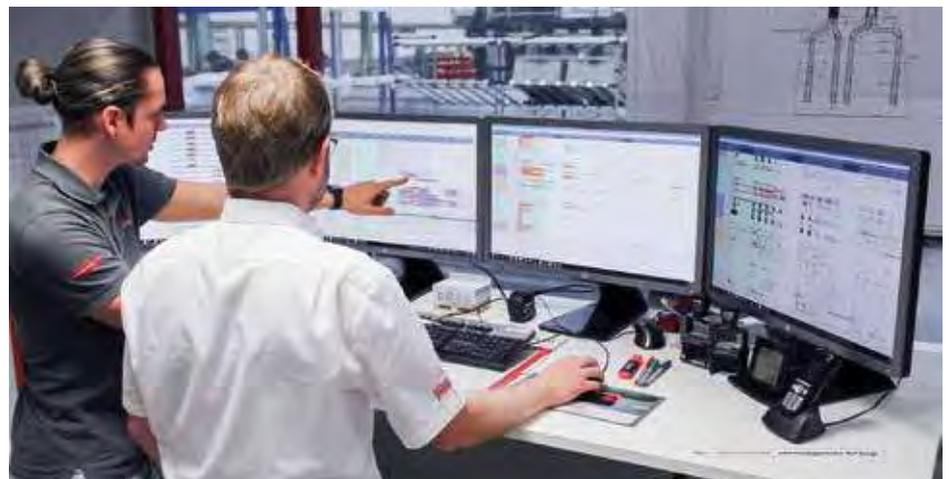
Referenzen (Auszug)



Kontakt

Asprova AG
Charlotte-Bamberg-Straße 4
35578 Wetzlar

☎ 06441 4476251
✉ info@asprova.eu



Asprova APS im Einsatz bei Gebhardt Fördertechnik

hilfe von Excel eine optimale Reihenfolgeplanung zu erstellen. Die planungsrelevanten Informationen bündelte sich fast ausschließlich in den Köpfen weniger Mitarbeiter. Starttermine für Produktionsaufträge wurden basierend auf Erfahrungswerten bestimmt, ständig neu festgelegt und mündeten in einer *Push*-Produktion. Eine asynchrone Fertigung der einzelnen Komponenten führte oft zu langen Durchlaufzeiten. Stagnationen in der Fertigung verursachten hohe Bestände, besonders bei den Halbfabrikaten. Vor dem Hintergrund beständigen Unternehmenswachstums nahm die Komplexität der Planungsprozesse mit zunehmendem Produktportfolio und steigender Projektanzahl kontinuierlich zu.

Planungssoftware, die Unternehmensanforderungen erfüllt

Mit der Einführung von Asprova APS entschied sich Gebhardt für den Alleskönner – da Asprova die vorab formulierten Anforderungen des Unternehmens an eine Software-Lösung kompromisslos erfüllt. Gebhardt entschied sich für eine Software für Multi-Level-Finit-Kapazitätsplanung, die die Realität der Fabrik bis ins Detail abbildet, einschließlich aller Eigenschaften, Regeln und Restriktionen, sowohl für die Planung als Ganzes als auch für einzelne Prozesse. Seit 2016 unterstützt die orchestrierende *end-to-end* Feinplanungssoftware Asprova APS Gebhardt in der Produktion von Lagersystemen mit bis zu 100.000 Komponenten.

Produktionsplanung, die allen Unterschied macht

Mit der Integration der APS-Software und damit der Umstellung auf automatische Produktionsplanung hat sich bei Gebhardt einiges verändert. Die Planung per Tabellenkalkulation wurde durch die durchgängige und funktionsübergreifende Feinplanung aller Prozesse ersetzt. Mit Asprova APS wird die Reihenfolge aller Vorgänge optimal und effizient geplant, die Prozesse laufen synchron und im Einklang mit der Materialverfügbarkeit. Die Ergebnisse der Planung sind realistisch und machbar. Täglich plant Gebhardt mit Asprova mehr als 30.000 Produktionsaufträge für einen Planungshorizont von zwei Jahren – in rund zwei

Minuten. Visualisiert wird der Status aller Aufträge durch ein Auftrags-Gantt-Diagramm, ein Ressourcen-Gantt-Diagramm, eine Tabelle für Reihenfolgefertigung sowie einen Auslastungsgraphen.

Die Effekte der Systemeinführung sind spür- und messbar: Der Vertrieb weiß nun genau, wann die einzelnen Kundenaufträge fertig sein werden, und kann so zuverlässige Aussagen treffen. Als Folge der gesunkenen Durchlaufzeiten konnte die Firma ihren *Output* bei gleichbleibender Produktionsfläche um 100 % steigern. Vor allem aber: Im Zusammenspiel trugen alle Effekte dazu bei, dass Gebhardt den Umsatz in den letzten vier Jahren verdoppeln konnte.

Asprova

Asprova kommt aus Japan, dem Ursprung und der Heimat von *Lean*-Philosophie und -Praxis, und ist seit bald 30 Jahren Vorreiter in der Entwicklung und kontinuierlichen Weiterentwicklung von APS- und SCP Systemen. Die Notwendigkeit für die Entwicklung dieser Systeme entstand aus den Anforderungen von Unternehmen, die bereits *Lean*-Produktion auf hohem Niveau praktizierten, an die Effizienz ihrer Produktionssysteme. Gemeinsam mit *Lean*-Praktikern aus den verschiedensten Industriebranchen haben die Ingenieure und Entwickler von Asprova eine der umfassendsten und effektivsten Software-Lösungen für die Produktionsplanung entwickelt. So hat Asprova Pioniergeist mit geballtem *Know-how* aus der *Lean*-Praxis kombiniert und in eine Lösung verwandelt, die funktioniert – einer der Gründe warum bereits fast zwei Drittel der produzierenden Unternehmen Japans auf Asprova setzen. Über 3.200 Kunden weltweit, vom mittelständischen Unternehmen bis zu *Global Players*, profitieren bereits von den umfassenden Asprova Lösungen, unter anderem Sony, Canon, Magna, Jabil und Yamaha. Kontaktieren Sie uns, wenn auch Sie mehr erfahren möchten!

Asprova AG

☎ 06441 4476251

✉ info@asprova.eu

🌐 www.asprova.eu



Das führende System für Advanced Planning and Scheduling (APS)



Mehr als 3200 Kunden weltweit – in allen Industriebereichen



Asprova AG
Charlotte-Bamberg-Str. 4
35578 Wetzlar-Spilburg
Tel. 06441-4476251
info@asprova.eu

www.asprova.eu

Unternehmen planen häufig, ihre Lagerhaltung zu erhöhen

Rund 60 Prozent der deutschen Firmen haben mit Störungen in den Lieferketten und in der Logistik aufgrund des Ukraine-Krieges zu kämpfen. Welche Branchen sind betroffen und was sind die Konsequenzen? Fragen an DIHK-Außenwirtschaftschef Volker Treier.

Schon vor dem russischen Krieg in der Ukraine und den erneuten pandemiebedingten Lockdowns in China war die deutsche Wirtschaft in der Breite von Lieferkettenstörungen betroffen. Die Gründe sind vielfältig: Handelshemmnisse, ein Mangel an Frachtkapazitäten auf Schiffen und Flugzeugen, Staus von Containerschiffen und nicht ausreichende Produktionskapazitäten – das alles zusammen hat dazu geführt, dass Unternehmen deutlich längere Lieferzeiten und höhere Preise für bestellte Materialien in Kauf nehmen mussten. Die Verwerfungen in den internationalen Lieferketten haben sich mit Beginn des Krieges verstärkt. Die gesamte Wirtschaft ist betroffen, die Industrie allerdings im besonders starken Ausmaß.

Teilweise können die Unternehmen bestehende Aufträge nicht abarbeiten und müssen ihre Produktion drosseln oder gar stoppen. In manchen Fällen müssen Betriebe zudem neue Aufträge ablehnen, weil sie nicht abschätzen können, wann wieder genügend Material zur Produktion verfügbar sein wird. Viele Unternehmen haben dadurch Umsatzausfälle zu beklagen. Die Suche nach neuen Lieferanten ist oft schwierig, das gilt insbesondere für kritische Rohstoffe aus Russland: Relevante Vorkommen gibt es in den meisten Fällen nur in wenigen anderen Ländern.

Deutsche Unternehmen hatten schon vor dem Ukraine-Krieg immer öfter mit Handelshemmnissen zu tun, welche waren das?

Seit einigen Jahren nehmen die Unternehmen eine Zunahme von Protektionismus war. Im vergangenen Jahr haben laut unserer Umfrage Going International unter auslandsaktiven Unternehmen mehr als die Hälfte (54 Prozent) stärkere Handelshemmnisse in ihren internationalen Geschäften gespürt. Das sind noch einmal mehr als im Jahr 2020 (47 Prozent) mit seinen zahlreichen Corona-Lockdowns. Es ist zugleich der höchste Wert, den wir in den vergangenen zehn Jahren gemessen haben.

Jedes zweite Unternehmen ist von lokalen Zertifizierungsanforderungen betroffen. Ebenso viele Unternehmen sind mit verstärkten Sicherheitsanforderungen konfrontiert. Zusätzliche Prüfungen von Produkten oder international unübliche Sicherheitsvorschriften kosten die Betriebe Zeit und Geld und sorgen für mehr Bürokratie. Zudem haben die Unternehmen im vergangenen Jahr eine Zunahme von Zöllen registriert. Jedes dritte Unternehmen berichtet von einer intransparenten Gesetzgebung in seinen Zielmärkten. Wenn sich gesetzliche Regelungen vor Ort schnell ändern, kann dies für Unternehmen eine

Herausforderung sein, sich schnell anzupassen.

Schon die Corona-Pandemie hat den Unternehmen heftig zugesetzt. Welche Lehren wurden daraus gezogen?

Die Corona-Pandemie hat gezeigt, dass Lieferketten schnell unterbrochen werden oder reißen können. Seit einigen Monaten versuchen die Unternehmen, ihre Lieferketten mit Hochdruck an die derzeit herausfordernden Gegebenheiten anzupassen. Laut einer Umfrage des DIHK hatten bereits im Herbst 2021 mehr als die Hälfte der deutschen Unternehmen an ihren internationalen Standorten Änderungen in ihren Lieferketten vorgenommen oder planten, dies zu tun. Dies braucht allerdings Zeit.

Mittels eines größeren und diversifizierten Lieferantennetzwerkes versuchen die Unternehmen, das Risiko von Lieferausfällen zu streuen. Dabei werden teilweise Lieferanten aus mehreren Ländern und Regionen oder vermehrt in der Nähe vom Produktionsstandort gesucht, um Lieferwege zu verkürzen und Problemen in der Logistik vorzubeugen. Häufig planen Unternehmen zudem, ihre Lagerhaltung zu erhöhen. Damit können sie bei künftigen Lieferverzögerungen flexibler agieren, als es mit „just in time“ möglich ist. Einige Unternehmen setzen vermehrt auf den Einsatz alternativer oder recycelter Materialien, um von Rohstofflieferungen unabhängiger zu werden.

Die Fragen stellte Andreas Kerzig. ■



Volker Treier, DIHK-Außenwirtschaftschef, Mitglied der Hauptgeschäftsführung

Foto: DIHK/Paul Aidan Perry

Die Business Angels nehmen Fahrt auf

Das sogenannte Matching-Event der Business Angels Mittelhessen fand kürzlich bei dem Mittelständler Johannes Hübner in Gießen statt. Vor dem Investorennetzwerk präsentierten vier Start-ups ihre innovativen Konzeptideen aus verschiedensten Branchen.

„Wir wollen als Mittelständler Teil des Netzwerks der Business Angels Mittelhessen sein, um Mitinvestoren zu treffen und unser Netzwerk auszubauen“, sagte Florian Kern zu Beginn der Veranstaltung bei der Vorstellung der Investstrategie der Johannes Hübner – Fabrik elektrischer Maschinen GmbH.

Der Vorsitzende der Business Angels Mittelhessen, Andreas Lukic, erläuterte die Kooperation der Business Angels aus Frankfurt und Mittelhessen und den Fokus in der Region auf den industriellen Mittelstand: „Die Business Angels Mittelhessen bringen ausgewählte Start-up-Teams, Angel-Investoren sowie den Mittelstand als Skalierungspartner zusammen und tragen so zum Heranwachsen des Gründungsökosystems bei.“

Im Anschluss präsentierten sich vier Teams aus unterschiedlichen Branchen. Ecozins mit Sitz in Marburg zeigte seine Crowdfunding-Plattform, die schnell und voll digital Investoren und Projektentwickler zusammenführt. Dabei stehen „grüne Invests“ im Vordergrund. Das Team hat viel Erfahrung in der Entwicklung erneuerbarer Energieprojekte und ist seit 2019 am Markt.

Zweiter in der Runde war das Team vom Biotech-Start-up Hermetia Tech. Dessen Ziel ist es, den Sojaanbau und die Fischmehlherstellung zu reduzieren, weil dadurch Ökosysteme am Amazonas und im Meer zerstört werden. Die Lösung: Eiweißgewinnung als Futtermittel. Dafür stellt das Start-up Unternehmen der Lebensmittelindustrie Container zur Resteverwertung auf den Hof, die



Foto: Regionalmanagement Mittelhessen

Jens Ihle, stellvertretender Vorsitzender der Business Angels Mittelhessen

dann zur Larvenzucht genutzt werden. So werden Futtermittel „vor Ort“ produziert und Entsorgungsprobleme gleichzeitig gelöst.

Chronische Schmerzen ohne Medizin heilen: Kati Thieme, Professorin an der Philipps-Universität Marburg, stellte ein Therapieprogramm vor, das auf einer Neuromodulation und Verhaltenstherapie ohne Medikamente, Operation, Implantate oder Cannabis basiert. Aktuell liegen Anfragen von Patienten aus der ganzen Welt vor.

Maple Tales zeigte zum Abschluss, dass Lesen und digitale Mediennutzung keine

Gegensätze sein müssen. Sinkende Lesekompetenzen und -motivation sind oft das Problem. Die App „Maple Tales“ bietet den Kindern auf spielerische Weise interaktive Geschichten.

Der stellvertretende Vorsitzende der Business Angels Mittelhessen Jens Ihle zeigte sich zufrieden: „Die Business Angels Mittelhessen nehmen Fahrt auf. Dies war eine intensive Veranstaltung – gut so!“ ■

ONLINE

www.mittelhessen.eu

Warum auch zu wenig Stress krank macht

Nichts kann den Menschen mehr stressen als andere Menschen, lautet eine der Botschaften von Boris Kimes beim Treffen der Wirtschaftsunioren Wetterau. Arbeitgebern rät er zu einem partizipativen Führungsstil.

VON PETRA A. ZIELINSKI

„Wenn wir keinen Stress haben, werden wir krank. Wenn wir zu viel Stress haben auch.“ Warum das so ist, erklärte Boris Kimes auf Einladung der Wirtschaftsunioren Wetterau (WJ) seinem Publikum. Das richtige Maß an Stress sei für eine optimale Leistungsfähigkeit notwendig, führte der Mentaltrainer in seinem kurzweiligen interaktiven Vortrag weiter aus. „Stress setzt Power und Konzentration frei. Das durch Stress ausgeschüttete Adrenalin stärkt das Immunsystem.“ Aus diesem Grund stelle „richtig viel Arbeit“ nicht notwendigerweise einen Grund dafür dar, krank zu werden.

„Wir brauchen Herausforderungen, um zu funktionieren.“ In einem arbeitsfreien Urlaub würden die grauen Zellen abgebaut. So sei es kein Wunder, dass das „Rumhängen“ während der Corona-Pandemie vielen Menschen zu schaffen gemacht habe. Und wer die Rente dafür nutze, sich nur auszuruhen, nähere sich schneller seinem Grab. „Wichtig ist ein ausgewogenes Verhältnis zwischen geistigem und körperlichem Stress“, fasste der Experte zusammen. Dabei gelte es, die Nerven genauso zu belasten wie den Körper. Wer unter Burn-out leide, habe zu wenig Dopamin im Körper. Bei akutem Stress hingegen befinde sich der Dopaminwert im Normalbereich.

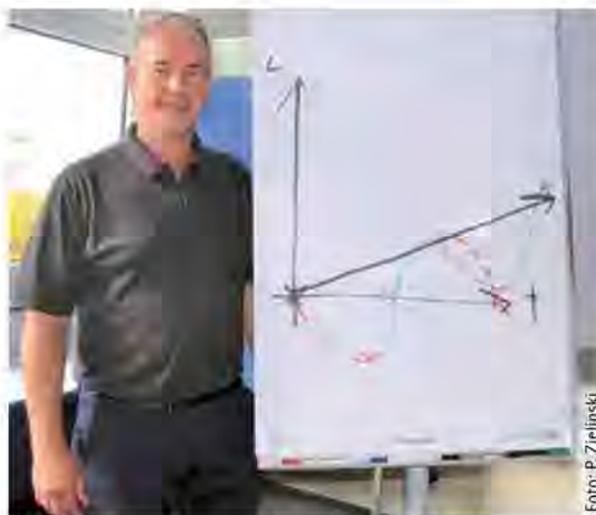


Foto: P. Zielinski

Mentaltrainer Boris Kimes zeigte wirksame Strategien gegen zu viel Stress auf.

Wichtig sei es jedoch, sich nach stressigen Ereignissen erholen zu können. „So bekommen zum Beispiel Schichtarbeiter häufiger Herzinfarkte und andere Zivilisationskrankheiten, weil sie zu wenig gesunden Schlaf haben.“ Chronischer Stress führe unweigerlich zu Erkrankungen und schlechtem Schlaf. 30 bis 40 Prozent aller Besuche beim Hausarzt seien stressbedingt. Auch Tipps gegen schlechten Schlaf hatte der Experte parat: Morgens und abends mindestens zehn Minuten an die frische Luft gehen, sich viel bewegen sowie eine Stunde nach dem Aufstehen und zwei bis vier Stunden vor dem Schlafengehen nichts mehr essen. „Und am besten acht Stunden schlafen. Es gibt nur wenige Menschen, die auf Dauer mit weniger auskommen.“

„Das wichtigste Gegenmittel bei chronischem Stress besteht aus vertrauensvollen sozialen Kontakten“, unterstrich Boris Kimes. Nichts motiviere die Menschen mehr als andere Menschen. „Social Distancing“, wie während der Pandemie, käme einer Einzelhaft gleich. Allerdings gäbe es auch nichts, was den Menschen mehr stressen könne als andere Menschen. Denn deren Wertschätzung spiele für jeden eine sehr wichtige Rolle. In diesem Zusammenhang riet der Trainer Arbeitgebern zu einem partizipativen Führungsstil. Zu viel Kontrolle führe unweigerlich zu einem Verlust der Vertrauenskultur. Abschließend forderte Kimes die Teilnehmer auf, über ihre Hauptprobleme nachzudenken. Dabei kamen alle zu dem gleichen Ergebnis, nämlich, dass diese in der Regel etwas mit anderen Menschen zu tun haben.

Boris Kimes, der seit 2002 als selbstständiger Berater und Trainer tätig ist, hat 2020 das Coaching Center Kibusch GmbH in Friedberg gegründet. ■

KONTAKT



Kai Schelberg
Wirtschaftsunioren
Wetterau e.V.
Tel.: 06031/609-3010
E-Mail: schelberg@giessen-friedberg.ihk.de

**KAI FETZER**

Leitung Gewerbe, Gießen/Marburg

**ANDREAS MOHR**zert. Immobilienbewerter
Altenhaßlau/Büdingen**SASUN CALISIR**Immobilienwirt (DIA)
Wetzlar/Weilburg**DANIEL SCHUPP**Immobilienwirt (DIA)
Rhein-Lahn-Limburg**DOMINIK SCHEJA**Immobilienwirt (DIA)
Wetterau/Bad Homburg

SETZEN SIE AUF PROFIS, WENN ES UM IHRE GEWERBEIMMOBILIE GEHT.

- Tiefgreifende Marktkenntnis
- Regionales Team aus Experten
- Objektbewertung
- Vorteile durch genossenschaftliches Netzwerk
- Projektbegleitung von A bis Z
- Zeitersparnis durch virtuelle Besichtigungen
- Enge Zusammenarbeit mit Volksbank Mittelhessen

Sprechen Sie uns an!

www.imaxx.de

Gießen: 0641 93263-0 | Wetzlar: 06441 30996-0 | Limburg: 06431 2906-1420
Bad Nauheim: 06032 925929-0 | Friedberg: 06031 731775
Bad Homburg: 06172 9955-1701 | Bad Homburg Store: 06172 395150

Ihre Werbemöglichkeiten im IHK Wirtschaftsmagazin

Wir beraten Sie gern!
anzeigenverkauf@mdv-online.de
Tel.: 0641/3003 – 214/ - 223/ - 101

Lernen im Büro oder im Home-Office? Entdecken Sie unsere Live-Online-Trainings!

Kostenlose Kurse zum Kennenlernen!
Alle Themen und Termine unter www.edv-seminar.net
Offene u. individuelle Online- und Präsenzseminare

dk-Computerschule
Bahnhofstr. 67
35390 Gießen

MS Office Kurse,
Adobe, Affinity,
Windows 2019,
Netzwerke ...

Online-Training

www.edv-seminar.net • info@edv-seminar.net • 0641 971 921 0



Der Wirtschaftsrundgang auf der W3+ Fair führte auch zum Gemeinschaftsstand der IHK Hessen innovativ mit hessischen Partnern, an dem unter anderem der Aufbau der Smart Factory Mittelhessen (SFM) der Technischen Hochschule Mittelhessen präsentiert wurde.

Foto: IHK Hessen innovativ

So war die W3+ Fair Wetzlar 2022

Aus elf Ländern kamen die Aussteller aus den Branchen Optik, Photonik, Elektronik und Mechanik, die sich im Juli 2022 live auf der W3+ Fair in Wetzlar 2022 trafen. Neben der Ausstellung gab es jede Menge Inspiration durch das umfangreiche Rahmenprogramm.

Viele zufriedene Gesichter gab es am Abend des 7. Juli, als sich die Türen nach zwei Messetagen in Wetzlar schlossen. 126 Aussteller, Partner und Sponsoren und mehr als 1.500 Besucher hatten sich auf den Weg in die Buderus Arena Wetzlar gemacht, um auf der W3+ Fair über neue Innovationen und Lösungen zu fachsimpeln und branchenübergreifend zu netzwerken. Die Aussteller aus den Branchen rund um Optik, Photonik, Elektronik und Mechanik kamen aus elf Ländern: Neben Deutschland und der Schweiz waren Frankreich, England, USA, die Niederlande, Dänemark, Irland, Tschechische Republik, Lichtenstein und China auf der Veranstaltung vertreten.

Die Begleitkonferenz en-tech.talks fand in diesem Jahr gleich auf zwei Bühnen statt. Zusätzlich zu den Präsentationen rund um neue Technologien, Geschäftsmöglichkei-

ten, Anwendungen und Industrie 4.0 gab es interessante Vortragsblöcke zu den Top-Themen Verteidigung und Sicherheit, unterstützt von OptecNet Deutschland, und Quantum. Neu waren auch der High-Power Laser Workshop von Wetzlar Network, der Workshop forest@photonics von OptecBB, der Start-up-Pitch vom Regionalmanagement Mittelhessen, der C-Level Coffee von Wetzlar Network, die VDI-Sonderfläche mit dem Netzwerkfrühstück sowie die Sonderfläche von EOS/Additive Minds Academy. Insgesamt boten mehr als 60 Referenten ihr Fachwissen auf der Konferenzbühne oder in den Workshops an.

Einen besonderen Höhepunkt bot der Gemeinschaftsstand der hessischen Industrie- und Handelskammern (IHKs) inklusive deren Partner unter Federführung der IHK Hessen innovativ. Die IHK Gießen-Friedberg

war mit den Arbeitskreisen Elektromobilität und Sensorsysteme vor Ort. „Das rege Interesse rund um den IHK-Stand bestätigt den ungebrochenen Innovationswillen unserer Unternehmer“, resümiert IHK-Referent Philipp Rabenau. Dieses IHK-Gemeinschaftsprojekt solle eine Blaupause sein für zukünftige Kampagnen.

Die W3+ Fair Wetzlar folgt am 22. und 23. März 2023 wieder im alten Rhythmus. ■

ONLINE
w3-fair.com

KONTAKT



Philipp Rabenau
Tel.: 06031/609-2520
E-Mail: philipp.rabenau@giesen-friedberg.ihk.de

150 Jahre IHK Gießen-Friedberg: Innovationen gestern – heute – morgen

Junge Wirtschaft trifft junge Politik



Die junge Wirtschaft lädt ein zur Podiumsdiskussion auf der FilmBühne Bad Nauheim (Fotograf: Mario Andreyra).

Im Rahmen des 150-jährigen Jubiläums der IHK Gießen-Friedberg richten die Wirtschaftsjunioren Wetterau und die Wirtschaftsjunioren Gießen-Vogelsberg eine gemeinsame Podiumsdiskussion zum Thema „Junge Wirtschaft trifft junge Politik“ aus.

Namhafte Vertreterinnen und Vertreter der Politik und die junge Unternehmerschaft

aus der Region diskutieren am 28. September 2022 um 18:00 Uhr auf der FilmBühne in Bad Nauheim.

In dieser Veranstaltung dreht sich alles um die „Junge Wirtschaft“ der Region: Wie lässt sich diese mitgestalten und weiterentwickeln? Und es geht um die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf Unternehmen und Neugründungen. Welche Herausforderun-

gen hatten und haben etablierte Unternehmen, aber auch junge Gründerinnen und Gründer? Wie sind Innovationen möglich und wie können sie gefördert werden? Anmeldungen bitte unter:

contact@wj-wetterau.de

ONLINE

www.wj-wetterau.de

ANZEIGE



Design - Bau - Service

Gewerbeimmobilien
mit **System**

Mit neuen Ideen den Wandel gestalten

Zehn Wahlgruppen – zehn Branchen, Teil 8: Aus der Wahlgruppe der Großhandel- und Handelsvertreter berichten vier Großhändler über die Entwicklung ihrer Branche und den Weg vom Gestern zum Heute und die Visionen zum Morgen.

VON PETRA A. ZIELINSKI

Stetiger Wandel kennzeichnet den Großhandel. Nicht wenige unserer Mitgliedsunternehmen wurden als Ein-Personen-Unternehmen im eigenen Wohnhaus gegründet und werden heute bereits in zweiter, dritter oder sogar vierter Generation weitergeführt. Am Anfang stand eine Idee, die vom Firmengründer erfolgreich umgesetzt wurde – der Grundstein, auf den die Folgegenerationen aufbauen konnten. So wurde aus einer reinen Buchdruckerei ein hochmoderner Druckereibetrieb, aus einem Eisen- und Kolonialwarenhandel ein bedeutender Stahlhandel und aus einem Blumenhandel ein Raumbegrünnungsunternehmen. Wir haben aber auch Unternehmer, die noch selbst das Ruder ihres Unternehmens in Händen halten.

Von Innovationen getrieben

Die Firmengeschichte der Druck Brühl GmbH & Co. KG nahm ihren Anfang vor 65 Jahren, als die Großmutter des heutigen Geschäftsführers, Anna Brühl, gemeinsam mit ihrem damals erst siebenjährigen Sohn Martin in den Kellerräumen ihres Hauses in der Ortsmitte von Ranstadt eine reine Buchdruckerei gründete. Im Laufe der Jahre entwickelte sich die Druckerei schnell weiter, sodass bald das ganze Haus benötigt wurde. Als auch der Anbau einer Halle nicht mehr ausreichte, errichtete die Familie 1974 eine neue Industriehalle, die – an der Straße von Büdingen nach Florstadt gelegen – nicht zu übersehen

ist. 1988 wurde eine weitere Produktionshalle in der Nachbarschaft dazugekauft. Von 1985 bis 1992 unterhielt die Druckerei Brühl zusätzlich eine Dependence in Berlin.



Sven Brühl,
Druck Brühl GmbH & Co. KG

„Ab 1994 haben wir sukzessive auf Bogen- und Rollen-Offset-Druck umgestellt“, berichtet Sven Brühl, der das Unternehmen in dritter Generation leitet. Umsatzstärkste Zeit seien die Jahre 2000 bis 2005 gewesen. Seit 2006 unterliege die Druckbranche einem stetigen Wandel und sei wie kaum eine andere Branche von Innovationen getrieben. Um den Output zu steigern, gelte es, permanent zu investieren. „Sehr viel Geld ist dabei in Software geflossen“, sagt Brühl. Auch in den Ausbau des professionellen Digitaldrucks wurde investiert.

Alle Sparten bedienen

„Zum Glück haben wir immer neue Ideen.“ Als die Nachfrage nach Briefbögen rückläufig wurde, erfolgte kurzerhand eine Produktionsumstellung auf Labels und Etiketten. „Unser

Ziel ist es, breit aufgestellt zu sein, um alle Sparten bedienen zu können“, unterstreicht der Unternehmer. So bietet die Druckerei Brühl von der klassischen Geschäftsausstattung über Werbetrucksachen bis hin zu Mailing- oder kompletten Kundenversandaktionen alles aus einer Hand. „Bei den Direkt-Mailing-Aktionen halten wir uns an die DSGVO und garantieren, dass die erhaltenen Daten nicht an Dritte gelangen.“ Auch im Formularbereich, den viele Druckereien im Laufe der vergangenen Jahre aufgegeben haben, ist das Unternehmen stark und beliefert sogar viele Druckereien.

Umweltschutz hat für die Druckerei Brühl eine große Bedeutung. Seit Jahren werden plastikfreie Packmittel/Umverpackungen verwendet und nur noch haushaltsübliche Abwässer eingeleitet. Zudem wird bei Standardmaterialien auf Siegel wie FSC, PEFC oder Blauer Engel geachtet. Der Paketversand erfolgt klimaneutral. Und die Produktion kann CO₂-neutral abgewickelt werden.

Der Markt wird sich regulieren müssen

Während die Druckerei Brühl noch vor 30 Jahren überwiegend Kunden aus der Banken- und Versicherungsbranche hatte, zählen heute Industrie, Handwerk und Behörden aus ganz Deutschland zu den Auftraggebern. Der eigene Fuhrpark wurde nach und nach aufgegeben. „Die Lieferung durch Dienstleister macht vieles leichter“, sagt Sven Brühl. Und noch etwas hat sich geändert:

„Früher haben die Kunden Druckwaren für ein Jahr bestellt. Diese wurden in unserer zweiten Halle, die als Vordrucklager diente, aufbewahrt.“ Da kein Kunde mehr so lange im Voraus plane, sei die Halle mittlerweile in ein Rohwarenlager umfunktioniert worden. „Das hat den großen Vorteil, dass wir trotz Pandemie-bedingter Materialversorgungseingänge noch immer in der Lage sind, Standardpapiersorten zu liefern.“ Sollte ein Spezialpapier gewünscht sein, könne man immer gute Alternativen bieten.

„Der Markt wird sich regulieren müssen“, ist sich Brühl sicher. Aktuell gäbe es noch eine Überkapazität an Druckereien. Mit einer breiten Aufstellung, einer schnellen und flexiblen Produktion sowie qualitativ hochwertigen Produkten erwartet Sven Brühl auch in Zukunft am Markt bestehen zu können.

Vom Eisenwarenhändler zum Allrounder

Die Geschichte der Throm GmbH nahm ihren Anfang, als Eugen Throm, der Großvater des jetzigen Inhabers, 1935 eine Eisen- und Kolonialwarenhandlung in Büdingen übernahm. Diese wurde bis dahin von Max Salomon betrieben, der in den 1930er-Jahren in die USA übersiedelte. Der Eisenwarenhändler Throm zog mit seiner Familie von Tuttingen nach Büdingen und führte das Geschäft zunächst als Kolonial-, Haushalts- und Eisenwarenhandlung fort. Ende der 1950er-Jahre übernahmen seine Söhne Manfred und Günther das Unternehmen und begannen mit dem Stahlhandel. Zunächst in der Altstadt ansässig, erfolgte nach und nach ein kompletter Umzug in die Bahnhofstraße. 1968 verstarb der Firmengründer und seine Söhne firmierten das Unternehmen in Eisen-Throm oHG um.

Leistungsfähiges Großunternehmen

In der Bahnhofstraße gab es neben einer Eisenwarenhandlung auch eine Küchen-

und Bäderausstellung sowie die Stahlgroßhandlung. Schwerpunkt war damals der Handel mit Baustahl. Es wurden aber auch bereits Träger, Stabstahl, Rohre und Bleche gehandelt. 1985 schied Günther Throm aus dem Unternehmen aus, das fortan von Manfred Throm und dessen Sohn Jörg weitergeführt wurde. Da der Stahlhandel enorm boomte, wurde Anfang der 1990er-Jahre am heutigen Standort in der Industriestraße in Büdingen ein Grundstück gekauft. Das ursprüngliche Gebäude wurde mehrfach erweitert, beispielsweise um einen Betonstahl-Biegebetrieb oder eine Lagerhalle für den Werkzeugbereich.



Jörg Throm,
Throm GmbH

2013 wurde aus der Eisen-Throm GmbH die Throm GmbH, was deutlich macht, wie das Unternehmen sein Angebotsspektrum im Laufe der Jahrzehnte erweitert hat. Als leistungsfähiges Großhandelsunternehmen bietet Throm heute eine Vielzahl innovativer Produkte aus den Bereichen Stahl, Werkzeuge und Arbeitsschutz. 2018 wurde die Baustahl-Abteilung ausgegliedert, die seit dieser Zeit als eigenständiges Unternehmen mit Baustahl und Bauzubehör handelt. Hierfür wurde eine zusätzliche Halle in Bad Vilbel angemietet. „Unser stetiges Wachstum führte dazu, dass wir uns räumlich vergrößern mussten, um den Wünschen unserer Kunden auch weiterhin gerecht zu werden. Mit dem Standort Bad Vilbel haben wir ganz andere Produktionskapazitäten. Aufgrund der Nähe zum Rhein-Main-Gebiet kann auch die Auslieferung viel flexibler erfolgen“, sagt Jörg Throm. Gleichzeitig verfüge man am Stand-

ort Büdingen über mehr Möglichkeiten, das bestehende Sortiment weiterzuentwickeln.

Stahlhandel als wichtigstes Standbein

Aktuell zählt die Throm GmbH insgesamt 100 Mitarbeiter, darunter neun Auszubildende. „Es wird immer schwieriger, qualifizierte Fachkräfte zu akquirieren“, bedauert Jörg Throm. Sowohl für die Fachkraft für Lagerlogistik als auch für den Kaufmann im Groß- und Außenhandel habe man früher deutlich mehr Bewerbungen erhalten.

Die Corona-Phase hat das Unternehmen gut überstanden. Da der Bau die Hauptzielgruppe ist, sei das Geschäft ganz normal weitergelaufen. Mit 90 Prozent mache der Stahlhandel den überwiegenden Teil des Umsatzes aus. „Wir betreiben ein traditionelles Geschäft, auch wenn die Automatisierung der Prozesse selbstverständlich auch bei uns Einzug gehalten hat“, erklärt Jörg Throm. Auch die Nachfolge im Unternehmen ist gesichert. Sein Sohn Alexander arbeitet bereits seit zwei Jahren am Standort Büdingen mit. In Bad Vilbel leitet Geschäftsführer David Widera die Geschicke der GmbH.

Vom Spielwarenladen zum erfolgreichen Spieleverlag

Ihr Hobby zum Beruf gemacht haben die Freunde Andreas Finkernagel und Karsten Esser. Aus einer spontanen Idee heraus gründeten die beiden – damals als Studenten des Bauingenieurwesens bzw. der Chemie – 1993 in der Friedberger Altstadt auf 30 Quadratmetern das Spielwarengeschäft „Spieletreff Pegasus“. Zu einem Zeitpunkt, als Elfen und Orks noch nicht angesagt waren, setzten sie bereits auf Fantasy-Rollenspiele. Schon bald weiteten sie ihr Geschäft zum Großhandel aus, nahmen Brett- und Kartenspiele in ihr Sortiment auf und gründeten mit „Pegasus Spiele“ ihren eigenen Verlag. Die ersten Spiele mit dem geflügelten Pferd auf dem Cover erschienen Ende der 1990er-Jahre.

„Um uns und unsere Spiele populär zu machen, haben wir an zahlreichen Spielveranstaltungen teilgenommen“, erinnert sich Andreas Finkernagel. Ein Wegbereiter des Erfolgs war sicherlich die Distribution von „Magic: The Gathering“, die Pegasus Spiele 1994 als einer von fünf Großhändlern in Deutschland übernahm. Seit 2003 erscheint außerdem die deutsche Ausgabe des satirischen Kartenspiels „Munchkin“. Bis heute hat es sich rund 1,5 Millionen Mal verkauft. „Durch den ersten ‚Herr der Ringe‘-Film, der 2001 in die Kinos kam, wurde Fantasy in Deutschland salonfähig. Brett- oder Kartenspiele mit Fantasy-Thema gab es bis dato aber kaum. Wir hatten also den richtigen Riecher“, sagt Andreas Finkernagel.

Kundenvertrauen schaffen

Gemessen an den Auszeichnungen und Nominierungen durch die Jury „Spiel des Jahres“ ist das Unternehmen laut Finkernagel im aktuellen Jahrtausend der erfolgreichste Spieleverlag. So konnte Pegasus Spiele 2021 sowohl das „Spiel des Jahres“ mit „MicroMacro: Crime City“ (zusammen mit der Edition Spielwiese) als auch das „Kinderspiel des Jahres“ mit „Dragomino“ nach Friedberg holen. Das Ziel, eine weltweit populäre Spielemarke aufzubauen, in die Kunden Vertrauen haben, ist schon lange erreicht.

Dennoch bleiben Finkernagel und Esser, die nach wie vor als Geschäftsführer von Pegasus Spiele tätig sind, ihrer Heimat treu. 2012 beschlossen sie, ein eigenes Firmengebäude im Friedberger Industriegebiet zu bauen. Zwei Jahre später, kurz nach Fertigstellung des Neubaus, gewann Pegasus Spiele mit „Camel Up“ das „Spiel des Jahres“ und mit „Istanbul“ das „Kennerspiel des Jahres“ 2014. „Die ersten Lieferungen der frisch prämierten Spiele wurden aus dem neuen Lager verschickt“, erinnert sich Finkernagel. „Ohne den Neubau wäre es gar nicht möglich gewesen, so viele Spiele zeitnah zu versenden.“

Steigende Nachfrage nach Spielen

Während des ersten Lockdowns war Pegasus Spiele von heute auf morgen gezwungen, auf Endkundenversand umzusteigen. „Unsere Versandmenge hat sich dabei ver-hundertfacht“, berichtet Finkernagel. „Der steigenden Nachfrage nach Spielen zum Trotz hat Amazon keine mehr angekauft, sondern stattdessen Health-Care-Artikel priorisiert.“



Andreas Finkernagel,
Pegasus Spiele

Selbst Menschen, die zuvor nie Gesellschaftsspiele gespielt haben, haben Brettspiele während der Pandemie für sich entdeckt. Ich bin sicher, sie werden diesen treu bleiben“, freut sich Finkernagel. Und noch einen Trend hat er beobachtet: „Stories in Spielen haben an Bedeutung gewonnen.“ Auf diese Weise könne man beim Spielen dem Alltag entfliehen.

Auch die Abwicklungsprozesse haben Finkernagel und Esser während der Pandemie optimiert. „Wir mussten uns erst daran gewöhnen, statt Paletten für Großabnehmer einzelne Päckchen für Endkunden zu schnü-ren.“ Die Logistik habe – aufgeteilt in Teams – die ganze Zeit weitergearbeitet.

Die Digitalisierung sei während der Pandemie weiter vorangeschritten. Neben einer digitalen Weihnachtsfeier für Mitarbeiter und deren Familien wurden unter anderem auch mit rund 180 Personen sehr gut besuchte Händlerstage und mehrere Pressetage digital umgesetzt. Für Spielefans veranstaltet Pegasus Spiele außerdem regelmäßig die online stattfindende „CONspiracy“,

die ihren Ursprung als physische Messe in den 1990er-Jahren in Friedberg hat.

Breitgefächertes Sortiment

Vor allem die Weihnachtszeit stellt in jedem Jahr eine Herausforderung dar: „Die Auftragslage verfünffacht sich von August bis November“, sagt Finkernagel. Im kommenden Jahr möchte das rund 60 Mitarbeiter sowie zahlreiche Aushilfen zählende Unternehmen – darunter Philosophen, Astrophysiker, Sprachwissenschaftler und Archäologen – hinter der jetzigen Lagerhalle ein neues Bürogebäude inklusive zweitem Lager errichten.

Etwa 600 Verlagsartikel hat Pegasus Spiele aktuell im Sortiment. Zum weiteren Ausbau des nordamerikanischen Geschäfts hat der Spieleverlag im Juli dieses Jahres eine Niederlassung in South Dakota/USA gegründet. Fest steht, dass Pegasus Spiele auch in Zukunft an analogen Gesellschaftsspielen festhalten möchte. Man arbeite aber auch an Lösungen, die analoges und digitales Spielen vereinen. „Aber nur, wenn dadurch ein Mehrwert für Spielende entsteht“, unterstreicht Andreas Finkernagel.

Raubegründung als Kerngeschäft

Mit nur 1.000 D-Mark und einem VW-Bus als Startkapital gründete Horst Claussen 1961 in der Garage seiner Eltern in Frankfurt sein gleichnamiges Unternehmen. Fünf Jahre belieferte er von dort aus Blumenläden und Gärtnereien mit Blumen und Pflanzen. 1966 wurde das Geschäft vergrößert und in die Wetterau nach Wöllstadt verlagert, um dort zusätzlich Pflanzen zu züchten. Etwa zeitgleich übernahm er ein Blumengeschäft auf der Messe Frankfurt und begann damit einen völlig neuen Abschnitt. „40 Jahre lang waren wir Hauptlieferant der Frankfurter Messe“, erinnert sich Claudia Claussen, die das Geschäft 2003 zusammen mit ihrem damaligen Mann von ihren Eltern übernommen

hat und noch heute betreibt. „Bis 2006 haben wir die Pflanzen sowohl an die Messe selbst als auch an die Aussteller vermietet und verkauft.“

„Raumbegrünung ist unser Kerngeschäft“, sagt Claudia Claussen. „Bei der Gründung unseres Unternehmens vor 60 Jahren gab es diesen Begriff wahrscheinlich noch gar nicht. Pflanzen und Blumen wurden damals eher als Nebensache eingestuft und dümpelten oftmals nur vor sich hin. Die Pflanzenpflege wurde von der Sekretärin oder ‚Dame des Hauses‘ übernommen und die Auswahl war eher eingeschränkt.“

An der Pflanzenauswahl habe sich im Laufe der Jahrzehnte nicht viel geändert. Allerdings sei der Umgang mit Grün im Raum ein anderer geworden. „Grünpflanzen müssen heute zum Image des Unternehmens, zum Stil der Wohnung passen und neben den dekorativen Aspekten auch den Ansprüchen an gesundes Wohnen und Arbeiten genügen“, weiß sie.

System Hydrokultur miterfunden

In den 1970er-Jahren kam das heutige Hauptgeschäft, der Verkauf, die Vermietung und die Pflege von Hydrokultur, hinzu. „Mein Vater war einer der Vorreiter in dieser Branche, hat das System Hydrokultur quasi miterfunden“, erzählt die Unternehmerin.

Die Pflege sei meistens geringer als bei herkömmlichen Pflanzen. Dennoch sei es wichtig, für ausreichend Licht, Luft, etwas Nahrung und vor allem immer Wasser zu sorgen. „Wir haben kein Ladengeschäft mehr, sondern liefern die Ware direkt zu den Kunden aus“, erklärt Claudia Claussen. Als eines von wenigen Unternehmen im Rhein-Main-Gebiet verkauft und liefert die Claussen GmbH die Hydrokultur nicht nur an Firmenkunden, sondern auch an Privatleute.



Claudia Claussen,
Claussen GmbH und
selezione – concept store

Die kurzzeitige Dekoration von Räumen und Veranstaltungen ist zwar seit 2011 überwiegend weggefallen, eines ist aber geblieben bzw. wurde sogar ausgebaut: Das Unternehmen verkauft und vermietet geschmückte oder ungeschmückte Weihnachtsbäume in einer Größe von 1,5 bis 15 Metern. Die Bäume würden nach den Vorgaben des jeweiligen Unternehmens mit viel

Liebe individuell geschmückt. „Im Sommer fängt bei uns bereits Weihnachten an“, sagt Claudia Claussen lachend. Denn dann kämen in der Regel schon die ersten Baumbestellungen rein. Viele der Auftraggeber, wie beispielsweise Banken, seien Stammkunden. Auch Privatkunden können diesen Service in Anspruch nehmen.

Wohnaccessoires und mehr

Seit 2015 ist Claudia Claussen auch geschäftsführende Inhaberin des „selezione – concept store“ in Friedberg, der neben Feinkost, Wein und Spirituosen auch Wohnaccessoires und vor allem dänisches Design verkauft. Bereits ein paar Jahre zuvor hatte sie zunächst in Friedberg, dann – integriert in die Gärtnerei in Wöllstadt – einen kleinen Laden betrieben. „Der englische Begriff ‚Concept Store‘ bezeichnet im Einzelhandel einen Laden mit einer ungewöhnlichen, meist hochwertigen Kombination von Sortimenten und Marken. ‚Concept Stores‘ vertreten eine moderne Auffassung von erlebnisreichem Einkaufen und Kundenbindung und stellen eine konzeptionelle Mischung aus Warenhaus und Boutique dar“, erklärt sie. Auch die Hydrokultur hat ihren Platz dort, womit sich der Kreis wieder schließt. ■

ONLINE
www.ihk150.de

Bewegt – damals wie heute

Die Wirtin Faustina Deibel vom Kaisergarten Giessen des 19. Jahrhunderts ist auf der Suche nach einem feinem und günstigen Stöffchen für ihre Dienstkleidung. Auf der Kaiserstraße in Friedberg soll es einen gediegenen Großhandel geben. Dazu fallen ihr noch weitere Anekdoten ein zur Branche in der Region wie natürlich auch zur Historie der IHK.

ONLINE
www.ihkgifb.de/BranchenImWandel



Fortschritt durch IHK-Gründung

Im Gießener Gasthof „Zum Prinzen Carl“ fanden sich am 20. September 1872 sieben Mitglieder zusammen: Das war die Geburtsstunde der IHK Gießen. Aus ihrer Mitte wählten sie Georg Carl Gail zu ihrem Vorsitzendem, einen Vertreter der Tabakbranche.

VON ULRICH EISENBACH

Trotz ihres Alters von 150 Jahren gehört die IHK Gießen-Friedberg eher zu den „Spätgeborenen“ ihrer Art. Denn lange Zeit gab es in der Provinz Oberhessen keine eigene Handelskammer. Ihre Interessen nahm die Handelskammer Offenbach am Main wahr – allerdings ohne gesetzlichen Auftrag und nur, wenn die oberhessischen Interessen sich mit den eigenen deckten.

Mit dem Eisenerzbergbau östlich von Gießen, der Eisenindustrie in Laubach und Hirzenhain und der Textilindustrie im Vogelsberg entstanden mit der Zeit kleine industrielle Zentren. Wirtschaftlicher Mittelpunkt der Provinz war Gießen, das von seiner verkehrsgünstigen Lage im Schnittpunkt wichtiger Eisenbahnlinien profitierte. Auch wenn Gießen sich nicht mit den wichtigsten Städten wie Darmstadt, Offenbach am Main und Worms messen konnte, so hatte die Stadt doch einen Stand erreicht, der die Errichtung einer Handelskammer rechtfertigte. Die entsprechende großherzogliche Genehmigung erging am 19. Februar 1872.



Quelle: HLA, HStAD, D 27 A, 103/44

Großherzog Ludwig III ratifizierte im November 1871 das „Gesetz die Handelskammern betreffend“.

Gründung im Stadtbezirk

Der Kammerbezirk umfasste zunächst nur den Stadtbezirk Gießen, der damals rund 12.000 Einwohner zählte. Die Erweiterung

auf die Landkreise Gießen, Alsfeld und Lauterbach erfolgte zum 1. Januar 1900, zwei Jahre, nachdem die Provinz Oberhessen mit Friedberg eine zweite Handelskammer erhalten hatte. Die Zahl der Gießener Handelskammermitglieder war auf sieben festgelegt worden. Wahlberechtigt waren jene 211 Gewerbetreibenden und Kaufleute, deren Firmen ins Handelsregister eingetragen waren und zu einer der vier ersten Gewerbesteuerklassen gehörten.

Die Wahl fand am 26. Juli 1872 statt. Gewählt wurden mit Georg Carl Gail, August Heß, Karl Diery, Meyer Homberger, Fritz Koch, Wilhelm Liebrich und Eduard Silbereisen ganz überwiegend Vertreter des produzierenden Gewerbes.

Das Gremium der Mitglieder – nicht zu verwechseln mit der Gesamtzahl der wahlberechtigten und beitragspflichtigen Unternehmen – war das einzige Organ der Handelskammer, gewissermaßen Präsidium und Vollversammlung in einem. Am 20. September 1872, der „Geburtsstunde“ der IHK Gießen, traten die sieben Mitglieder im Gasthof „Zum Prinzen Carl“ zu ihrer konstituieren-



Briefkopf mit Ansicht des Werksgeländes, 1912

Quelle: Hessisches Wirtschaftsarchiv

Drei der sieben gewählten Mitglieder, einziges Organ der Handelskammer, gewissermaßen Präsidium und Vollversammlung in einem



Quelle: Philipp Uhl, Gießen, Hessisches Wirtschaftsarchiv

Friedrich C. Benjamin Koch, Kommerzienrat, Firma Koch & Platz, Gießener Korsettfabrik Koch & Platz, stellvertr. IHK-Vorsitzender 1884–1888, Vors. 1889–1909



Quelle: Philipp Uhl, Gießen, Hessisches Wirtschaftsarchiv

Meyer Homberger, Firma M. Homberger & Sohn, Baumwoll- und Leinenwarenfabrik, Gießen, stellvertr. IHK-Vorsitzender 1873–1874, Vors. 1875–1880



Quelle: Hessisches Wirtschaftsarchiv

Eduard Silbereisen, Kommerzienrat, Firma Eduard Silbereisen, Essigfabrik, Gießen, IHK-Vorsitzender 1880–1888

Am 20. September 1872, der „Geburtsstunde“ der IHK Gießen, traten die sieben Mitglieder im Gasthof „Zum Prinzen Carl“ zu ihrer konstituierenden Sitzung zusammen. Aus ihrer Mitte wählten sie Georg Carl Gail, Inhaber einer Tabak- und Zigarrenfabrik, zu ihrem Vorsitzenden.

den Sitzung zusammen. Aus ihrer Mitte wählten sie Georg Carl Gail, Inhaber einer Tabak- und Zigarrenfabrik, zu ihrem Vorsitzenden. Sein Stellvertreter wurde August Heß, der in Gießen ein Großhandelsunternehmen besaß.

Interessenausgleich und Sachverstand

Die Gründung der Handelskammern in Deutschland war ein wichtiger Schritt bei der Durchsetzung der Industrialisierung und marktwirtschaftlicher Prinzipien. Sie zeigt, dass in einer Zeit autoritärer staatlicher Strukturen demokratische Spielregeln funktionierten, erfolgreich waren und dazu beitrugen, divergierende Interessen innerhalb der Gesamtwirtschaft auszugleichen. Auch lieferte der wirtschaftliche Sachverstand, der

sich in den Handelskammern manifestierte, staatlichen und kommunalen Entschei-

dungsträgern wertvolle Entscheidungshilfen. Wenngleich sich die Strukturen, Möglichkeiten und Aufgabenbereiche der Industrie- und Handelskammern im Lauf von 150 Jahren zum Teil grundlegend gewandelt haben, so haben diese Prinzipien auch heute noch uneingeschränkt Gültigkeit. ■

Festschrift zum 150-jährigen IHK-Jubiläum

Zu ihrem 150-jährigen Jubiläum hat die IHK Gießen-Friedberg eine Festschrift veröffentlicht, die die vergangenen 150 Jahre im Zeitraffer zusammenfasst und das innovative Wirken ihrer Mitglieder in den Mittelpunkt stellt – getreu dem Jubiläumsmotto: „150 Jahre IHK Gießen-Friedberg: Innovationen gestern – heute – morgen. Auf 130 Seiten findet sich ein lebendiger Querschnitt aus den vielen Unternehmen im IHK-Bezirk. Dazu zählen vor allem Industriebetriebe, Dienstleistungsunternehmen aus den verschiedensten Bereichen, Gas-

tronomen und Hoteliers oder Unternehmen des Einzel- und Großhandels.

Der hier abgedruckte Artikel „Fortschritt durch IHK-Gründung“ ist eine Zusammenfassung des längeren Artikels aus der Festschrift zur Gründungsgeschichte der IHK Gießen. Autor Dr. Ulrich Eisenbach ist Leiter a.D. des Hessischen Wirtschaftsarchivs.



Foto: privat

Ulrich Eisenbach

Nachfolge zukunftssicher gestalten

Wenn Unternehmen über Generationen bestehen sollen, ist die optimale Rechtsformwahl eine entscheidende Voraussetzung. Interessante Ansätze stellt Professor Horst Hammen vor. Anschließend diskutieren Vertreter von IHK und Unternehmen über das Thema.

Die Suche nach einer Nachfolgerin oder einem Nachfolger für das eigene Unternehmen ist oft keine leichte Aufgabe. Ein Grund kann die Rechtsform des Betriebs sein. Wie die Rechtsform bestmöglich ausgerichtet sein kann, stellt Professor Emeritus Horst Hammen von der Justus-Liebig-Universität (JLU) Gießen am Samstag, 10. September in den Räumen der IHK in Gießen vor. Er wird einen Vortrag halten zum Thema „Zukunftssicherung von Unternehmen durch optimale Rechtsformwahl – gesellschaftsrechtliche

Entwicklungen von der Gesellschaft bürgerlichen Rechts bis zur GmbH mit gebundenem Vermögen“

Einen Schwerpunkt dieses Vortrags bildet der Übergang des Unternehmens auf die nächste Generation. Wie geht man optimalerweise vor, wenn erbrechtliche und gesellschaftsrechtliche Normen kollidieren? Wie lässt sich vermeiden, dass das Erbrecht einem Unternehmen die „Hände bindet“ bezüglich der Unternehmensnachfolge bei mehreren Erbberechtigten? Eine Podiums-

diskussion thematisiert neben rechtlichen Fragen auch die steuerlichen Auswirkungen einer Rechtsformwahl. Die Veranstaltung ist kostenfrei. ■

Zukunftssicherung von Unternehmen durch optimale Rechtsformwahl

Termin: 10. September 2022

Uhrzeit: 10:00 Uhr

Ort: IHK-Geschäftsstelle, Lonystraße 7, Gießen

Vortrag: „Zukunftssicherung von Unternehmen durch optimale Rechtsformwahl – gesellschaftsrechtliche Entwicklungen von der Gesellschaft bürgerlichen Rechts bis zur GmbH mit gebundenem Vermögen“

Referent: Horst Hammen, Professor Emeritus am Lehrstuhl für Handels- und Gesellschaftsrecht, JLU Gießen

Podiumsdiskussion zu rechtlichen Fragen und steuerlichen Auswirkungen: IHK-Präsident Rainer Schwarz, Sina Lupp, Prokuristin und Gesellschafterin bei der Adolf Lupp GmbH + Co KG, Yan-Tobias Ramb, Gesellschafter und Geschäftsführer one medialis GmbH

Anmeldungen: www.ihkgifb.de/rechtsformwahl

Die Anzahl der Teilnehmer ist begrenzt.

„Die langfristige Sicherung des Unternehmens beschäftigt die meisten Unternehmer intensiv. Die Nachfolge ist eine entscheidende Hürde bei der Erhaltung ihres Lebenswerks und ihrer Altersabsicherung. Hierbei spielt die Rechtsform eine wichtige Rolle. Häufig wurde die Struktur des Unternehmens vor langer Zeit danach ausgerichtet, dass die Steuerbelastung im laufenden Geschäftsbetrieb so gering wie möglich ausfällt. Ein komplexes Rechts- und Steuersystem, häufige Rechtsänderungen und die zunehmende Internationalisierung des Geschäftsbetriebs erschweren es den Unternehmern, rechtzeitig zu erkennen, wie sich die Wahl der Rechtsform im Falle künftiger Strukturveränderungen auswirkt.“

Rainer Schwarz,
Präsident IHK Gießen-Friedberg



Foto: andreas-bender.de

Außenwirtschaft im Fokus

Mit Unternehmensvertretern aller Branchen bot der 6. Außenwirtschaftstag Hessen reichlich Gelegenheit zum Austausch von Erfahrungen, Geschäftsideen und Visitenkarten. Mit 310 Teilnehmern, darunter 220 aus Unternehmen und Organisationen, war das Event gut besucht.

VON TIM MÜLLER

Neue Märkte, Disruption der Lieferketten, Chancen und Herausforderungen in China, den USA, Afrika und UK: Es bleibt spannend im Welthandel. Auf dem 6. Außenwirtschaftstag Hessen in der IHK Frankfurt am Main warfen Experten und Praktiker einen Blick auf die Hotspots des Welthandels und gaben Orientierung für den hessischen Mittelstand. 51 Experten der deutschen Auslandshandelskammern (AHKs) sowie ein „Business Scout for Development“ vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) standen für Fragen zu Auslandsvorhaben zur Verfügung. loteten in 245 Beratungsgesprächen Geschäftschancen aus und gaben individuelle Tipps für den erfolgreichen Markteinstieg im Zielland. Darüber hinaus präsentierten 19 Fachaussteller Dienstleistungen und Lösungen für ein erfolgreiches Auslandsgeschäft, von der Marktrecherche bis zur Finanzierung.

Panel zum Afrika-Geschäft

Auch die Paneldiskussionen, Expertengespräche und Vorträge waren gut besucht. Darunter fiel auch eine spannende Diskus-

sion über das Afrika-Geschäft, organisiert vom Afrika-Kompetenzzentrum der IHK Gießen-Friedberg und Susanne Geipert, der „Business Scout for Development“ in Hessen. Durch die Diskussion führten Geipert (GIZ) und Thando Sililo vom IHK-Netzwerkbüro Afrika (INA). Als Panelisten waren Katharina Felgenhauer (AHK Nigeria), Maren Diale-Schellschmidt (AHK Ostafrika), Burkhardt Hellemann (AHK Ghana), Walter Große (SAFRI Vorsitzender) und Philipp Hahn (GIZ) angereist.

IHK 
**AUSSENWIRTSCHAFTSTAG
 HESSEN**

Regional vernetzt – global erfolgreich

Aktuelle Fragen wie die Stellung der deutschen Wirtschaft in afrikanischen Ländern, Erfolgsfaktoren vor Ort sowie Unterstützungsmöglichkeiten wurden von dem hochkarätigen Gremium erörtert und Fragen aus dem interessierten Fachpublikum beantwortet. Quintessenz des einstündigen Austauschs war, dass der afrikanische Kontinent mit seinen 55 Ländern für deutsche Unternehmen ein sehr großes Potenzial bietet, das nach wie vor häufig aufgrund von bürokratischen Hürden, Sprachbarrieren und feh-

lender Netzwerke unzureichend in Wert gesetzt wird. Genau hier greifen die vielfältigen Angebote der Auslandshandelskammern und der „Business Scouts for Development“, eines weltweiten Netzwerks von über 80 Experten, die im Auftrag des BMZ an der Schnittstelle zwischen Wirtschaft und Entwicklungszusammenarbeit beraten. In diesen Netzwerken können Unternehmen sich passgenau informieren und beraten lassen. Dort werden nützliche Kontakte in die Zielländer vermittelt, Antworten zu Rechtsfragen und zu den bestehenden Fördermöglichkeiten gegeben. Auch Fragen zu Personal und Märkten werden hier beantwortet.

Vielfältige Informationen bietet zudem die Online-Plattform „Kompetenzzentrum Afrika“ der IHK Gießen Friedberg. ■

ONLINE

www.giessen-friedberg.ihk.de/geschaeftsbereiche/international/laender-maerkte/kompetenzzentrum-afrika

KONTAKT



Tim Müller
 Tel.: 0641/7954-3505
 E-Mail: tim.mueller@giessen-friedberg.ihk.de

ANZEIGEN

Andre-Michels.de **STAHLHALLEN**
Kompetenz + Rat 02651. 96200

M&M *Your Way to Languages*
 Müller & Meier
 Fremdsprachentraining
 mm.sprachen@t-online.de
www.yourwaytolanguages.de
 0641-390358

- Einzel-/Gruppentraining
- Firmenseminare
- Übersetzungen

In eine erfolgreiche Karriere starten

Die IHK Gießen-Friedberg hält viele Angebote für die berufliche Orientierung von Schülerinnen und Schülern bereit. Im September wird die Friedberger Azubimesse Berufswegekompass wieder in Präsenz stattfinden.

Eine der zentralen Aufgaben der IHK ist die Organisation der Beruflichen Bildung. Sie registriert Ausbildungsverträge und organisiert die Zwischen- und Abschlussprüfungen. Zudem berät die IHK Unternehmen, Azubis und Angestellte rund um die Aus- und Weiterbildung. Das IHK-Wirtschaftsmagazin hat mit Kai Schelberg gesprochen, dem stellvertretenden Leiter des Geschäftsbereichs Aus- und Weiterbildung der IHK Gießen-Friedberg. Sein Ziel: junge Menschen zu Bewerbern zu machen.

Was spricht aus Sicht eines Schulabgängers für eine Ausbildung in einem Unternehmen?

Eine duale Ausbildung ist und bleibt für junge Menschen attraktiv, weil sie eine sehr stabile Basis für das Berufsleben bietet. Wer später zudem noch einen Abschluss in der höheren Berufsbildung erwirbt, kommt auf das gleiche Lebenseinkommen wie vergleichbare Akademiker und zugleich schon früher an das eigene, selbst verdiente Geld.

Über welche Kanäle informiert die IHK über Ausbildungen?

Wir bieten unter anderem mit unserer IHK-Lehrstellenbörse sowie dem Ausbildungsatlas vielfältige Möglichkeiten, sich zu informieren. Auf der Webseite der IHK-Lehrstellenbörse sind aktuelle Angebote für Ausbildungsstellen zu finden. Mit einigen wenigen Klicks lassen sich Berufe filtern, die zu den eigenen Interessen passen. Der IHK-Ausbildungsatlas listet Betriebe im IHK-Bezirk auf, die einer Veröffentlichung ihrer Daten zugestimmt haben. Insgesamt bilden im Landkreis Gießen, im Vogelsbergkreis



Kai Schelberg, stellvertretender Leiter
Geschäftsbereich Aus- und Weiterbildung
IHK Gießen-Friedberg

und im Wetteraukreis rund 1.300 Betriebe aus. Interessierte können mittlerweile zwischen 200 Ausbildungsberufen wählen.

Welche Möglichkeiten haben junge Menschen, sich persönlich zu informieren?

Der persönliche Kontakt in Präsenz zwischen Ausbildungsbetrieb und potenziellen Bewerbern ist noch immer der beste Weg.

Am 21. September findet in der Stadthalle Friedberg unsere Ausbildungsmesse Berufswegekompass statt – eine ideale Plattform, um mit Betrieben ins Gespräch zu kommen.

Nach den Sommerferien wird die IHK Gießen-Friedberg mit ihrem Projekt „Ausbildungsbotschafter Gießen“ voll durchstarten. Junge Männer und Frauen, die in Unternehmen ausgebildet werden, gehen in Schulen, um dort über ihre Ausbildung zu berichten. Insbesondere an den Gymnasien ist eine Stärkung der Berufsorientierung dringend geboten. Wichtig wäre eine Unterstützung aufseiten der Lehrkräfte hin zu einer größeren Offenheit gegenüber einer beruflichen Ausbildung als weiterem Bildungsweg nach dem Abitur. Im gesamten IHK-Bezirk sehen wir die größte Herausforderung darin, junge Menschen zu Bewerbern zu machen.

Warum entscheiden sich immer weniger junge Menschen für eine duale Ausbildung?

Laut Statistischem Bundesamt entscheiden sich mittlerweile drei von vier Abiturienten für ein Studium. Die Anzahl an

Orientierung für spannende berufliche Wege

„Wir freuen uns darauf, viele Schülerinnen und Schüler in Friedberg wieder vor Ort zu unserer Ausbildungsmesse Berufswegekompass begrüßen zu dürfen. Am 21. September stellen sich rund 41 interessante Unternehmen aus unserer Region in der Friedberger Stadthalle vor. Sie geben Einblicke in ihre Betriebe sowie zu Zielen und Inhalten der Ausbildung. Auch die Berater

der Bundesagentur für Arbeit, Kreishandwerkerschaft und Ausbildungsberater der IHK Gießen-Friedberg werden wertvolle Tipps geben.“

Angelika Schlaefke, Vize-Präsidentin
IHK Gießen-Friedberg



Studierenden schnell von Jahr zu Jahr in die Höhe. Viele junge Menschen sehen in einem Studium eine erfolgversprechendere Option für ihren Karriereweg. Das bewahrheitet sich leider oft nicht so wie gewünscht. Zwischen 20 und 30 Prozent der Studierenden brechen ihr Studium vorzeitig wieder ab.

Wie ist die Lage aktuell in den Betrieben im IHK-Bezirk?

Qualifizierte Nachwuchskräfte zu generieren ist derzeit nicht einfach. Auch aktuell sind noch viele Ausbildungsstellen offen. Bereits heute sieht rund jedes zweite Unternehmen Fachkräftemangel als Risiko an. Die Qualifizierung und Bindung von Fachkräften bleibt für die Betriebe eine der größten Herausforderungen der kommenden Jahrzehnte. Dabei müssen sich die Unternehmen

Drei Fragen, drei Antworten ...

... zum Thema Berufswegekompass

Interview mit IHK-Präsident Rainer Schwarz zum Berufswegekompass, der Ausbildungsmesse der IHK Gießen-Friedberg. Was haben Jugendliche davon, die Messe zu besuchen? Und warum ist der Berufswegekompass nach wie vor ein Dauerbrenner?

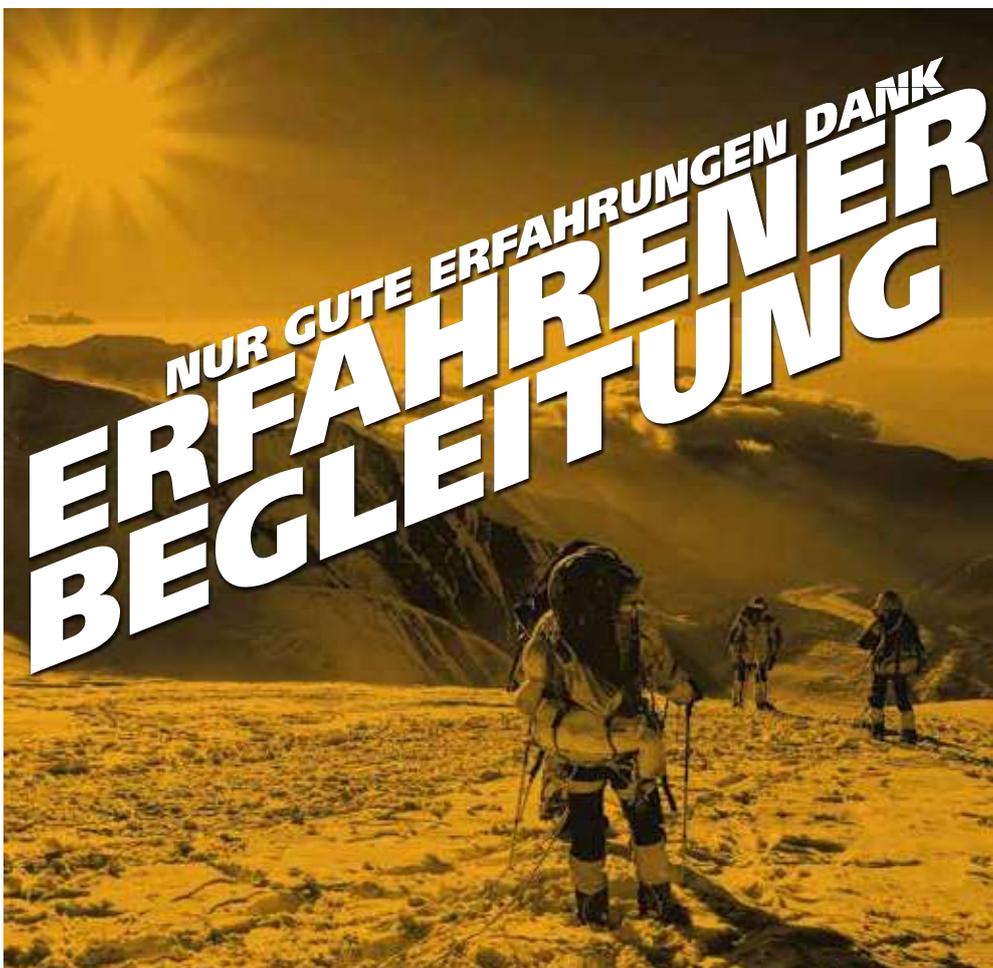


gerade jetzt an die Besonderheiten der Generation Z anpassen. Die Betriebe sind gefordert, neue Wege zu gehen und den Auszubildenden trotzdem weiterhin Sicherheit und Struktur zu bieten. Ausbildung ist keine

Sackgasse auf dem Karrierepfad, sondern ein Einstieg für Weiterbildungen, Zusatzqualifikationen und in eine erfolgversprechende Karriere.

Das Gespräch führte Petra A. Zielinski. ■

ANZEIGE



OTTO QUAST

Fertigbau Lindenberg
OTTO QUAST GmbH & Co. KG
An der Autobahn 16-30
57258 Freudenberg

- Hochbau
- Straßen- und Tiefbau
- Schlüsselfertigbau
- Betonfertigteile
- Spezialtiefbau
- Trinkwasserbehälter
- Bauwerterhaltung
- Ingenieurbau
- Konzeption

www.quast.de



Foto: fotostube

Beim jüngsten Gründungsstammtisch im Gießener Lokal „Weingarten“ waren Austausch und Netzwerken in einer ganz besonderen Atmosphäre möglich.

„Wir sprudeln vor Ideen“

Der Gründungsstammtisch Gießen fand im Juli im „Weingarten“ des Start-ups trocken & lieblich UG statt. Das Unternehmerduo Marion Schumacher und Sebastian Hett erzählte den Anwesenden, vor welchen Herausforderungen sie standen und wie sie ihnen begegneten.

VON PETRA A. ZIELINSKI

„Wenn Gastro so einfach wäre, würde es jeder machen“, erklärte Marion Schumacher, die gemeinsam mit Sebastian Hett die „trocken & lieblich Wein UG“ in der Gießener Ludwigstraße gegründet hat. Im Rahmen des Gründungsstammtischs Gießen erzählten die beiden in ihrem idyllischen „Weingarten“, wie es dazu kam und was die größten Herausforderungen waren.

Auf ihrem Weg zur Arbeit in der Studienberatung der THM kam Marion Schumacher täglich an der ehemaligen Kneipe „Kojote Steffi“, die seit etwa vier Jahre leer stand,

vorbei. „Die Räumlichkeiten waren dunkel und gruselig und es war eigentlich bei näherer Betrachtung eine Schnapsidee“, sagt sie. Dennoch wagte Schumacher 2013 den Schritt und mietete die Kneipe in dem unter Denkmalschutz stehenden Gebäude an. Die Neugastronomin, die in Worms BWL studiert hat, investierte eine größere Summe, um alles schön herzurichten. Unterstützung erhielt sie dabei von ihren Eltern und der Volksbank, die – entgegen ihren Befürchtungen – von der Idee begeistert war. „Ich hatte keine Ahnung von Wein, aus diesem Grund war der Start auch etwas holprig“, erzählt sie rückblickend.

Mehr Ahnung hatte da schon ihr späterer Partner Sebastian Hett, der als Weinhändler erstmals in die Bar kam. Obwohl er „Spezialist im Licher-Bierkiste-Trinken“ war, hatte Hett seine Ausbildung zum Groß- und Einzelhandelskaufmann bei einem Weinhändler absolviert. Bereits nach der Ausbildung machte er sich selbstständig und vertrieb deutschlandweit Wein. So kam er auch zu Marion Schumacher, die zunächst nur den „Thörle Riesling Kalkstein“ bei ihm erwarb. Schon bald stammten mit Ausnahme eines portugiesischen Rotweins alle Weine auf ihrer Karte von Hett. 2014 stieg der Weinhändler als Gesellschafter mit in die Bar ein.

Seinen eigentlichen Job hat er jedoch genauso wenig aufgegeben wie Marion Schumacher ihre Arbeit an der Technischen Hochschule Mittelhessen (THM). Noch tanzen beide sozusagen auf zwei Hochzeiten.

2020, sechs Wochen vor dem Lockdown eröffnete die Unternehmerin gemeinsam mit einer Freundin zusätzlich eine Kaffeebar, die sie seit April dieses Jahres unter dem Namen „Milch und Kräftig“ mit Fokus auf veganem Essen wieder hat aufleben lassen. Hier sei das Publikum in der Regel jünger als in der Weinbar. „Im ersten Lockdown haben wir eine große Solidarität unter unseren Kunden erlebt“, freut sich die Gastronomin. „Wir haben Weinboxen entwickelt, die wir ausgeliefert haben. Im zweiten Lockdown kam ein Online-Shop hinzu“. Auch ein gemeinsames Büro im Technologie- und Innovationszentrum Gießen GmbH (TIG) wurde

angemietet. Statt Online-Weinproben setzte das Team auf „Weinproben@Home“. „Damit haben wir den Nerv der Zeit getroffen“, erklären die beiden. „Diese Art der Weinproben, bei der Kunden die Weine mit einer Trinkanleitung zu Hause probieren können, gibt es noch immer“, betonen sie.

Aktuell ist die Weinbar nur an Freitagen und Samstagen geöffnet. „Wir leben überwiegend von Mundpropaganda und haben lieber einen vollen Laden sowie Personal mit Weinkompetenz“, betont Sebastian Hett. Besonders am Herzen liegt den beiden die Außengastronomie, die sie auf eigene Kosten gestaltet haben. „Unsere Ideen sprudeln weiter“, freuen sie sich. Ihr finaler Tipp an die Anwesenden beim Gründungstammtisch lautete: alle Hilfen, die es gibt, in Anspruch zu nehmen und immer den Mut zu haben, etwas Neues zu probieren.

Der Gründungstammtisch Gießen ist eine Initiative für Gründerinnen und Gründer sowie Gründungsinteressierte. Die Treffen finden normalerweise jeden zweiten Mittwoch im Monat im „Who killed the pig“ in der Schlachthofstraße 10 statt. Die Veranstaltungsreihe ist eine Initiative von sechs regionalen Akteuren: ECM – Gründungszentrum der Justus-Liebig-Universität (JLU) Gießen, TIG, Wirtschaftsförderung von Landkreis und Stadt Gießen, IHK Gießen-Friedberg sowie Region Giessener Land e.V. ■

KONTAKT



Michael Mutz
Tel.: 06031/609-2515
E-Mail: michael.mutz@giessen-friedberg.ihk.de

ANZEIGE

Allianz

GESUND^x – DIE EXTRAPORTION GESUNDHEIT

bKV – die intelligente Gehaltserhöhung

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

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

Oder sprechen Sie Ihren Vermittler an!

Veranstungskalender

Achtung: Aufgrund von Corona kann es kurzfristig zu Änderungen oder Absagen kommen.

Lehrgänge in Friedberg

- 09.09.2022– Gepr. Personalfachkaufmann/-frau
20.10.2023 VA: 12940004 | Kontakt: Sebastian Kipp
- 12.09.2022– Lohnbuchhalter (Modul III – IHK-Fachkraft
05.12.2022 Personal/IHK-Fachkraft Rechnungswesen)
VA: 12923150 | Kontakt: Raid Nashef
- 22.09. + MS Excel – Grundlagen
23.09.2022 VA: 12940326 | Kontakt: Sebastian Kipp
- 07.10.2022– Gepr. Wirtschaftsfachwirt/in (Kompaktlehrgang
11.11.2023 mit Selbstlernanteil/Hybrid)
VA: 12923075 | Kontakt: Raid Nashef

Lehrgänge in Gießen

- 14.09.2022– Hybrid – Gepr. Fachwirt/in im
16.03.2024 Gesundheits- und Sozialwesen
VA: 12923080 | Kontakt: Dagmar Löthe
- 20.09.2022– Gepr. Bilanzbuchhalter/in
10.09.2024 VA: 12923072 | Kontakt: Dagmar Löthe

Tagesseminare in Friedberg

- 13.09.2022 Warenursprung und Präferenzen
VA: 129118558 | Kontakt: Selina Kipp
- 13.09.2022 Sachkundeprüfung für freiverkäufliche
Arzneimittel
VA: 5159680 | Kontakt: Marie-Theres Burzel
- 15.09.2022 Erfolgreich Verkaufen im Einzelhandel
VA: 129105846 | Kontakt: Dagmar Löthe
- 06.10.2022 Rechtlich sicher ausbilden – Grundlagen
professioneller Berufsausbildung
VA: 12939244 | Kontakt: Dagmar Löthe
- 13.10.2022 Kompetenz am Telefon – Kommunikation für Profis
VA: 12939287 | Kontakt: Dagmar Löthe

Veränderungen im Handelsregister

Das Handelsregister wird bei den Amtsgerichten geführt und dient der Rechtssicherheit im Handelsverkehr. Hier werden alle tatsächlichen und rechtlichen Verhältnisse vollständig und zuverlässig nachgewiesen. Die aktuellen Bekanntmachungen finden Sie auf der Webseite www.handelsregisterbekanntmachungen.de zum kostenlosen Abruf. Außerdem können Sie unter www.handelsregister.de kostenpflichtig Handels-, Genossenschafts- und Partnerschaftsregister sowie zum Teil die Vereinsregister aller Bundesländer und darüber hinaus die Registerbekanntmachungen (Veröffentlichungen) abrufen.

Tagesseminare in Gießen

- 08.09.2022 Persönliche Führungskompetenz – Mitarbeiter
für den Erfolg begeistern
VA: 12939305 | Kontakt: Dagmar Löthe
- 14.09.2022 Resilienz
VA: 12990991 | Kontakt: Dagmar Löthe
- 06.10.2022 Zollpraxis für Einsteiger
VA: 129160236 | Kontakt: Selina Kipp
- 11.10.2022 Lieferantenerklärung – Bedeutung, Regeln,
Konsequenzen
VA: 129144574 | Kontakt: Selina Kipp

Tagesseminare im Vogelsberg

- 14.10.2022 Sachkundeprüfung für freiverkäufliche
Arzneimittel
VA: 5159680 | Kontakt: Marie-Theres Burzel

Weiterbildungsangebote anderer Anbieter finden Sie bspw. unter: www.hessen-weiterbildung.de, www.wis.ihk.de, www.kursnet.de etc.

ONLINE



www.giessen-friedberg.ihk.de, Veranstaltungen
Für ausführliche Informationen geben Sie bitte die
Veranstaltungsnummer (VA) in das entsprechende
Suchfeld ein.

KONTAKT



Marie-Theres Burzel
Tel.: 0641/7954-4025
E-Mail: veranstaltungen-recht@giessen-friedberg.ihk.de



Sebastian Kipp
Tel.: 06031/609-3105
E-Mail: kipp@giessen-friedberg.ihk.de



Selina Kipp
Tel.: 0641/7954-3510
E-Mail: international@giessen-friedberg.ihk.de



Dagmar Löthe
Tel.: 0641/7954-3110
E-Mail: loethe@giessen-friedberg.ihk.de



Raid Nashef
Tel.: 06031/609-3125
E-Mail: nashef@giessen-friedberg.ihk.de

Veranstaltungen im Kurzporträt

Digitale Archivierung und eRechnungen effizient und sicher anwenden

Termin: 20. September 2022

Uhrzeit: 14:00–16:00 Uhr

Anmeldeschluss: 13. September 2022

Ort: IHK-Schulungszentrum Gießen, Flutgraben 4

Teilnahmegebühr: 80,00 €, inkl. Tagungsgetränke

VA: 129152058

Die herkömmliche Art der Aktenverwaltung kostet Unmengen an Zeit, Geld und Platz. Im Zeitalter der Digitalisierung sollten diese Probleme eigentlich der Vergangenheit angehören. In unserem Seminar werden die Anforderungen zur Archivierung handels- und steuerrechtlich relevanter Dokumente aufgezeigt.

Inhaltliche Schwerpunkte der Veranstaltung:

- Einführung
- Vorteile der elektronischen Archivierung und von E-Rechnungen
- Grundlagen
- Simulationsstudie „Ersetzendes Scannen“
- Projektumsetzung
- Fazit

Reisekostenrecht und Bewirtungskosten

Termin: 3. November 2022

Uhrzeit: 14:00–17:30 Uhr

Anmeldeschluss: 27. Oktober 2022

Ort: IHK-Schulungszentrum Gießen, Flutgraben 4

Teilnahmegebühr: 95,00 €, inkl. Tagungsgetränke

VA: 129155793

In diesem Seminar werden die aktuellen Entwicklungen bei den Reise- und Bewirtungskosten anschaulich an Praxisbeispielen und Schaubildern dargestellt. Brennpunkte, die sich aus den Erfahrungen im Rahmen von Außenprüfungen durch die Finanzverwaltung und sowie Verwaltungsanweisungen ergeben, werden durchleuchtet und neue Gestaltungsmöglichkeiten aufgezeigt. Wann wird eine erste Tätigkeitsstätte (unbewusst) begründet? Was ist die Schwelle zu einer steuerlichen Mahlzeit und wie wirkt sich diese auf die Verpflegungsmehraufwendungen aus? Welche Fallstricke lauern bei der Überlassung von Fahrzeugen oder der BahnCard? Wie kann ich als Unternehmen Vorkehrungen treffen, um Prüfungsaufgriffe zu verhindern? Welche Fehler gilt es zu vermeiden? Wenn Sie derartige Fragen im Unternehmen umtreiben, sind Sie in unserem Seminar genau richtig.

Inhaltliche Schwerpunkte der Veranstaltung:

- Allgemeines, Dokumentations- und Nachweispflichten
- Die erste Tätigkeitsstätte • Fahrtkosten
- Verpflegungsmehraufwendungen (Tagegelder)
- Arbeitgeberseitige Mahlzeitengestellungen
- Unterkunftskosten • Reisenebenkosten • Bewirtungskosten

KONTAKT



Doreen Franz

Tel.: 06031/609-4105

E-Mail: franz@giessen-friedberg.ihk.de

Wasserstoff und Mobilität im Mittelpunkt

Im Oktober kommen Teilnehmer einer Delegationsreise „Grüner Wasserstoff und Mobilität“ aus belgischen und französischen Unternehmen nach Mittelhessen. Die Investorinnen und Investoren wollen sich vor Ort über das mittelhessische Potenzial von Wasserstoff und Erneuerbaren Energien informieren. Gemeinsam mit deutschen Unternehmen will man Projekte entwickeln sowie strategische und Vertriebspartnerschaften eingehen

Ein wichtiger Programmpunkt ist die Netzwerkveranstaltung und Kooperationsbörse in der IHK Gießen-Friedberg in Gießen, Lonystraße 7. Sie wird am Dienstag, den 18. Oktober ab 12:00 Uhr stattfinden. Neben der Vorstellung verschiedener regionaler Projekte findet ein Speed Dating mit den Gästen statt, Dolmetscher unterstützen bei Sprachbarrieren.

Die Reise wird von der Germany Trade & Invest, dem Regionalmanagement Mittelhessen, der Deutsch-Belgisch-Luxemburgische Handelskammer und der Deutsch-Französischen Industrie- und Handelskammer veranstaltet.

KONTAKT



Andrea Bette

Tel.: 06031/609-2500

E-Mail: bette@giessen-friedberg.ihk.de



Tim Müller

Tel.: 0641/7954-3505

E-Mail: tim.mueller@giessen-friedberg.ihk.de

Jubiläen



25-jähriges Arbeitsjubiläum

ABC-Schuhe Kraft Inh. Sabine Kraft-Marhenke e.K., Büdingen	
Marina Zaccardo-Peitz	18.08.2022
Bender GmbH & Co. KG, Grünberg	
Andreas Stumpf	01.09.2022
Joachim Heinzer	01.09.2022
Nadine Wienholz	24.09.2022
BRANOpac GmbH, Lich	
Jörg Röbber	10.09.2022
Buss-SMS-Canzler GmbH, Butzbach	
Manuel Allgäuer	01.09.2022
Marco Jung	01.09.2022
Hüttenberger Produktionstechnik Martin GmbH, Langgöns	
Jörg Weber	01.08.2022
pfeifferXschmidt, Nidda	
Matthias Reuter	01.09.2022
terra infrastructure GmbH, Ailsfeld	
Christian Scheer	01.08.2022
Tröster Maschinenbau GmbH, Langgöns	
Harald Kopf	01.08.2022

40-jähriges Arbeitsjubiläum

Ärztliche Verrechnungsstelle Büdingen GmbH	
Thomas Fischer	01.08.2022
Faber & Schnepf Hoch- u. Tiefbau GmbH & Co. KG, Gießen	
Armin Seipel	01.08.2022
Marko Krieb	01.08.2022
Uwe Dallwein	01.08.2022
Hüseyin Ok	01.08.2022

40-jähriges Arbeitsjubiläum

Hall Tabakwaren KG, Lollar	
Mario Hirschfeld	03.08.2022
Heyligenstaedt Werkzeugmaschinen GmbH, Gießen	
Michael Weber	02.08.2022
Bernd Bietz	02.08.2022
Johannes Schäfer vorm.	
Stettiner Schraubenwerke GmbH & Co. KG, Hungen	
Sibylle Thonig	01.09.2022
Neils & Kraft GmbH & Co. KG, Gießen	
Gerhard Schwalb	01.08.2022
Oliver Mohr	01.08.2022
Frank Albach	01.08.2022
Pfeiffer Stahlrohrmaste GmbH, Ortenberg	
Uwe Thomas Luft	09.08.2022

25-jähriges Firmenjubiläum

Versicherungsbüro Ronald Berg e.K., Bad Nauheim	01.01.2022
---	------------

WAS WIR FÜR SIE TUN!

Ihr Unternehmen besteht seit 25, 50, 75 oder gar 100 Jahren und mehr? Auf Wunsch stellen wir Ihnen kostenfrei eine Urkunde aus. Weitere Informationen finden Sie unter www.giessen-friedberg.ihk.de, Dok.-Nr. 3180638



NEWSLETTER

Verpassen Sie keine aktuellen Informationen mehr. Melden Sie sich an für den IHK-Newsletter und wählen dabei die für Sie interessanten Themengebiete aus.



(Bald) kein IHK-Magazin mehr im Briefkasten?



Gut möglich – wenn Sie ein neues IHK-Mitglied sind. Für unsere „Neuen“ haben wir ein Schnupper-Abo eingerichtet. Sie erhalten dreimal das IHK-Magazin, danach erlischt das Abo automatisch. Möchten Sie das Magazin auch nach Ablauf der drei Monate weiterhin kostenlos zehnmal im Jahr erhalten? Dann wenden Sie sich an uns.

KONTAKT



Iris Diedolph,
Tel.: 06031/609-1115,
E-Mail: iris.diedolph@giessen-friedberg.ihk.de

Gemeinsam stark

Neuer Vorstand für den Verein Wirtschaft für Bad Nauheim e.V.

Im Verein Wirtschaft für Bad Nauheim e.V. sind derzeit 32 Unternehmen aus allen Branchen organisiert. Auf seiner Mitgliederversammlung hat der Verein einen neuen Vorstand gewählt. Diese Neuwahlen waren notwendig geworden, nachdem Johannes M. Peil, Gründungsmitglied und langjähriger Erster Vorsitzender, im September 2021 verstorben ist und der bisherige Zweite Vorsitzende Harald Hock vom Hotel Dolce in die Geschäftsführung der Bad Nauheim Stadtmarketing und Tourismus GmbH gewechselt ist.

Unter der Leitung von Schriftführer Sebastian Kreß (Druckerei Petermann) wurden einstimmig gewählt: Günter Wagner (Deutsches Institut für Sporternährung) zum neuen Ersten Vorsitzenden, Jochen Hahn (Park-Klinik Bad Nauheim) zum Zweiten Vorsitzenden und Julian Brück (Steuerberater Brück & Partner) als neuer Kassenprüfer. Hahn wurde zudem als Vertreter des Vereins in den Aufsichtsrat der Bad Nauheim Stadtmarketing und Tourismus GmbH entsandt. Den Erweiterten Vorstand verstärken zukünftig Gabor Szalay (Praxis an der Sportklinik Bad Nauheim), Peter Berhörster (Dolce Hotels and Resorts by Wyndham) und Marco Lehmann (Sparkasse Oberhessen).



Foto: Wirtschaft für Bad Nauheim e.V.

Vorstand und Erweiterter Vorstand von Wirtschaft für Bad Nauheim e.V. (v.l.n.r.): Günter Wagner, Deutsches Institut für Sporternährung; Kerstin Herget, Volksbank Mittelhessen; Peter Berhörster, Dolce Hotels and Resorts by Wyndham; Bernd Felgner, Felgner Projektentwicklung; Annette Wetekam, Stadtwerke Bad Nauheim; Marco Lehmann, Sparkasse Oberhessen; Sebastian Kreß, Druckerei Petermann; Gabor Szalay, Praxis an der Sportklinik Bad Nauheim; Jochen Hahn, Park-Klinik Bad Nauheim

Der vom Verein zusammen mit der Bad Nauheim Stadtmarketing und Tourismus GmbH 2021 erstmals vergebene „Excellence Award“ soll nach Beschluss der Mitglieder in „Prof. Dr. Johannes M. Peil Award“, gestiftet vom Wirtschaft für Bad Nauheim e.V., umbenannt werden. Für den Award 2023 nominierten die Mitglieder einstimmig Bernd Wüsten.

ONLINE
www.wirtschaft-bad-nauheim.de

Neuer Geschäftsführer der TourismusRegion Wetterau

Volker Spies übernimmt die Leitung.

Die Zusammenarbeit aller touristischen Akteure im Wetteraukreis zu verstärken und zu koordinieren ist die Aufgabe der TourismusRegion Wetterau GmbH. Seit dem 15. Juni 2022 hat die Gesellschaft eine neue Geschäftsführung: Volker Spies. „Mein Ziel ist es, die TRW so aufzustellen, dass wir den Gästen aus Frankfurt/Rhein-Main, aber auch nationalen und internationalen Besuchern unsere Schätze der Region spannend und voller Qualität vermitteln können“, sagte Spies. Mit dem Hessentag 2025 und der Landesgartenschau 2027 liegen die Herausforderungen bereits in naher Zukunft.

Nach seiner Ausbildung zum Reiseverkehrskaufmann und seinem Studium zum Diplom-Kaufmann war Spies bisher in unterschiedlichen Positionen im touristischen Vertrieb sowie im kaufmännischen Bereich bei internationalen Touristikunternehmen aktiv. Zuletzt leitete er als Geschäftsführer Marketing, Vertrieb, Service und Finanzen eine mittelständische Tochtergesellschaft der Touristikkonzerne Der Touristik und TUI. „Mit Volker Spies gewinnen wir einen im touristischen Management erfahrenen Menschen. Er kennt die Region und unsere Potenziale und wird die Zusammenarbeit aller Akteure stärken“, freute sich Landrat Jan Weckler, der zugleich TRW-Vorsitzender ist.

ONLINE
www.tourismus.wetterau.de



Foto: Wetteraukreis

TRW-Vorsitzender Landrat Jan Weckler (links) und der neue TRW-Geschäftsführer Volker Spies

Regionalität auf dem Teller

Die Regionalmarke „Vogelsberg ORIGINAL“ soll wachsen. Heimische Gastronomiebetriebe in der Region können sich ab sofort mit ihrer Küche und lokalen Produkten zertifizieren lassen und dürfen auf viel Aufmerksamkeit hoffen.



Anfang Juli fiel im Landgasthof „Zur Post“ in Freiensteinau der Startschuss für die Aktion, bei der Gastronomiebetriebe ausgezeichnet werden sollen, die sich in besonderem Maße der regionalen Küche und der Verwendung von lokal erzeugten Produkten verpflichtet fühlen.

Der Vogelsbergkreis legt schon lange großen Wert auf Regionalität und Nachhaltigkeit: Vor rund drei Jahren wurde die Regionalmarke „Vogelsberg ORIGINAL“ ins Leben gerufen, eine Marke für Lebensmittel und Nicht-Lebensmittel. Bisher sind rund 90 Erzeuger mit etwa 300 regionalen Produkten ausgewählt und zertifiziert worden. Anfang Juli fiel im Landgasthof „Zur Post“ in Freiensteinau der offizielle Startschuss für die nächste Aktion, bei der Gastronomiebetriebe

ausgezeichnet werden sollen, die sich in besonderem Maße der regionalen Küche und der Verwendung von lokal erzeugten Produkten verpflichtet fühlen.

Mit der Regionalmarke werden gleich mehrere Ziele verfolgt: „Dazu gehören kurze Wege im Sinne von Nachhaltigkeit und Klimaschutz, die Stärkung des Images der Region, die Förderung regionaler Produkte bis hin zum Aufbau der Vermarktung innerhalb und außerhalb der Region oder die Schaffung von

regionalen Wertschöpfungsketten“, zählte Jens Mischak, Erster Kreisbeigeordneter und Wirtschaftsdezernent, auf. „Die Vielfalt bei uns ist riesig, vom Großproduzenten bis zum kleinen Imkereibetrieb ist alles dabei.“

Mit gutem Beispiel voran

„Gerade unsere Gastronomen sind wichtige Gesichter der Region“, führte Mischak weiter aus, „sie stehen an der Schnittstelle

von Erzeugern und Endverbrauchern und können mit der Qualität ihrer Arbeit maßgeblich zu einem positiven Eindruck von unserer Region beitragen.“ Sein Lob galt dem Gastgeber des Abends, Sebastian Heil, der seit der Betriebsübernahme 2018 schon beispielgebend ist und den Großteil seiner Produkte aus der näheren Umgebung bezieht. Das Fleisch stammt von heimischen Erzeugern, Eier bezieht Heil vom direkten Nachbarn, das Gemüse ebenfalls von regionalen Höfen, auch den „Vogelsberger Reis“ aus Beta-Glucan-Gerste verwendet er für seine Gerichte. „Unsere Gäste interessieren sich dafür, woher die Zutaten für unser Essen stammen. Es gibt hier eine große Produktvielfalt und durch die Verarbeitung heimischer Erzeugnisse werden auch die Hersteller sichtbar – das ist eine tolle Sache“, findet Heil.

Ohne Fleiß kein Preis

Um zertifiziert zu werden, müssen die Gastronomiebetriebe einige Kriterien erfüllen:

- Der Betrieb bietet ganzjährig drei Gerichte auf der Speisekarte an, deren Hauptzutaten aus dem Vogelsberg bezogen werden. Wünschenswert ist mindestens eine

Hauptzutat der Marke „Vogelsberg ORIGINAL“ (zum Beispiel Kartoffeln, Gemüse, Fleisch, Wild).

- Der Betrieb bietet ganzjährig mindestens zwei regionale Getränke auf seiner Karte an, wovon eines mit der Marke „Vogelsberg ORIGINAL“ ausgezeichnet sein sollte (zum Beispiel Bier, Schnaps, Saft, Wein aus dem Vogelsberg). Bei selbsthergestellten Getränken wie Holunderblütensirup müssen die Zutaten ebenfalls aus der Region stammen.
- Der Betrieb wirbt mit der Regionalmarke „Vogelsberg ORIGINAL“ (auf der Speisekarte, im Internet, in Social-Media-Kanälen).
- Der Betrieb weist auf den Direktvermarkter/Erzeuger hin (auf der Speisekarte und/oder im Internet).
- Der Betrieb ist Mitglied bei „Hessen à la Carte“ oder hat das Zertifikat „ServiceQualität Deutschland“.
- Wünschenswert ist mindestens ein weiteres Qualitätssiegel, zum Beispiel Michelin, „50 beste Dorfgasthäuser in Hessen“, DEHOGA-Umweltcheck, „greentable“.

Was haben die Betriebe davon?

- Sie werden mit dem Label „Vogelsberg ORIGINAL“ ausgezeichnet und erhalten ein

Schild mit dem Logo, um es an ihrem Betrieb anzubringen.

- Sie werden als ausgezeichneter Betrieb auf der Webseite von „Vogelsberg ORIGINAL“ zu finden sein sowie auf der Webseite der Vogelsberg Touristik gekennzeichnet.
- Sie werden in Druckerzeugnissen des Vogelsbergkreises im Zusammenhang mit der Regionalmarke „Vogelsberg ORIGINAL“ berücksichtigt; ein Falblatt ist speziell für die Gastronomie vorgesehen.
- Sie werden Teil der vom Vogelsbergkreis gemanagten regionalen Vermarktungsinitiativen und profitieren von diversen Werbekampagnen zur Regionalmarke.
- Sie werden im Zuge der Öffentlichkeitsarbeit auf mehreren Social-Media-Kanälen präsentiert.

Gastronomen, die sich bewerben wollen, finden die Antragsunterlagen und weitere Informationen auf:

<https://vogelsberg-original.de/die-regionalmarke/>

ONLINE

www.vogelsberg-original.de

ANZEIGE



Stellenanzeigen

so individuell
wie Ihr Unternehmen

Sie suchen qualifizierte Mitarbeiter oder Azubis?

Wir sind Ihr Partner für regionales Recruiting. Wir bieten Ihnen ganz individuell die passende Plattform, mit unseren Sonderveröffentlichungen der Reihe:

Berufe Spezial

Gesundheitswesen | Industrie, Handwerk und Technik
Personalagenturen und Zeitarbeit | Transport und Logistik | Verkauf und Vertrieb | Aus- und Weiterbildung



Erscheinungstermine und weitere Informationen unter:

📍 **JOBS-in-Mittelhessen.de »Für Arbeitgeber«**
✉ **stellenmarkt@mdv-online.de**
☎ **0641 3003-214, -223, -101**

Wichtig fürs Gemeinwesen

Hessens Ministerpräsident Boris Rhein hat bei der Siegerehrung des Wettbewerbs „Die besten Dorfgasthäuser in Hessen“ den gesellschaftlichen Wert der Gasthäuser sowie deren Bedeutung für ländliche Räume hervorgehoben.

„Die lokalen Gaststätten sind eine große Bereicherung für das Gemeinwesen. Auch deshalb haben wir uns als Staatskanzlei gemeinsam mit dem Hotel- und Gastronomieverband DEHOGA Hessen entschieden, ein spürbares Signal der Anerkennung und der Wertschätzung gegenüber der Branche zu setzen und die besten Dorfgasthäuser in Hessen auszuzeichnen. Jedes einzelne Dorfgasthaus in Hessen ist eine Bereicherung für unser Land“, sagte der hessische Ministerpräsident Boris Rhein und Schirmherr des Wettbewerbs „Die besten Dorfgasthäuser in Hessen“ im Juli vor rund 250 Gästen. Unter 173 Bewerbungen hatte eine Fachjury die 50 besten Dorfgasthäuser in Hessen ermittelt.

Bereichernd für Land und Leute

„Mit großem persönlichen Einsatz, tollen Ideen und innovativen sowie nachhaltigen Konzepten bewahren Hessens Gastronominnen und Gastronomen die wichtige Tradition der Dorfgasthäuser für unser Land und bereichern das Leben der Menschen vor Ort“, sagte Rhein weiter und fügte hinzu: „Ganz besonders in kleineren Gemeinden sind Gasthäuser wichtige Orte der Begegnung sowie der Gesel-



Foto: Hessische Staatskanzlei

Die Gewinnerinnen und Gewinner des diesjährigen Wettbewerbs „Die besten Dorfgasthäuser in Hessen“.

ligkeit und somit ein großer Gewinn für den jeweiligen Heimatort und auch für unser Land insgesamt.“

Ziel: Steuersenkung soll bleiben

Ein Ziel des zum zweiten Mal ausgelobten Wettbewerbs sei es, die Wertschätzung gegenüber den ländlichen Gastronomiebetrieben zum Ausdruck zu bringen, von denen sehr viele unter der Corona-Pandemie gelitten hätten. Nun machten der damit einhergehende Personalmangel und die gegenwärtige Inflation den Gastronomen weiterhin das Leben schwer. „Mit der Senkung der Mehrwertsteuer bis zum Jahresende konnte die Politik eine kleine Erleichterung bieten. Mir ist jedoch sehr bewusst, dass das nicht reicht“, sagte der Ministerpräsident und fügte hinzu:

„Ich werde mich dafür einsetzen, dass der reduzierte Mehrwertsteuersatz für die Gastronomie auch über das Jahresende hinaus weiter erhalten bleibt. Die Bundesregierung hat hier viel versprochen, aber bisher nicht gehandelt. Das kann so nicht bleiben.“ ■

Preisträger

Lahntal – Landkreis Gießen

- Landgasthof Zum Löwen – beim Philipp, Linden-Leihgestern

Vogelsberg – Landkreis Vogelsberg

- Gastwirtschaft am Ankerturm, Lauterbach
- Landhotel Gärtner, Mücke
- Landgasthaus Zum Schäferhof, Alsfeld
- Landgasthaus Jägerhof, Lauterbach
- Landgasthof Zur Post, Freiensteinau
- zweibar Lauterbach, Lauterbach

Frankfurt RheinMain – Landkreis Wetterau

- Straußwirtschaft Zum Gerippte, Friedberg
- Mellerhannese Schoppekaffee, Münzenberg
- Landhaus Knusperhäuschen, Altenstadt-Oberau

Gedruckter und digitaler Führer durch Hessens beste Dorfgasthäuser

„Die besten Dorfgasthäuser in Hessen“ 2022 sind über ganz Hessen verteilt. Unter ihnen finden sich Betriebe, die auf eine lange Familientradition und mehrere Hundert Jahre Geschichte zurückblicken können, genauso wie junge Start-ups, von denen manche mitten in der Corona-Pandemie erst gegründet haben. Mit einer ersten Auflage von 30.000 Stück ist ein Gästeführer

gedruckt worden, der über die Betriebe, die ADAC-Geschäftsstellen, die Tourist-Informationen in den hessischen Destinationen oder auch über den DEHOGA Hessen kostenlos erhältlich ist. Und es gibt natürlich einen auch Smartphone-optimierten digitalen Reiseführer mit einer interaktiven Landkarte sowie einem Routenplaner und vielen Begleitinformationen.

ONLINE

www.dgh-hessen.de

Weinkultur für alle

Hanns Fertsch, Nachkomme des ersten Präsidenten der IHK Friedberg Wilhelm Fertsch, feierte ein Vierteljahrhundert Weinhandel und erhielt Corona-bedingt mit einjähriger Verzögerung die Gratulationsurkunde.

VON IRIS DIEDOLPH

Mit einjähriger Verspätung erhielt Hanns Fertsch seine Jubiläumsurkunde zum 25-jährigen. Fertsch betreibt seit 1996 einen Weinhandel auf der Frankfurter Straße in der Wetterauer Kurstadt Bad Nauheim. Die Wurzeln des Familienunternehmens reichen allerdings sehr viel weiter zurück. Bereits 1847 stieg Familie Fertsch mit einer Kolonialwarenfirma nebst eigener Kaffeerösterei in die Handelsbranche ein.

„Heute darf ich als Vizepräsident im Namen der IHK Gießen-Friedberg, aber auch von Kaufmannsfamilie zu Kaufmannsfamilie, Hanns Fertsch zum 25-jährigen Jubiläum von Weinhandel Fertsch von ganzem Herzen gratulieren“, waren Jochen Ruths Worte bei der Übergabe der IHK-Jubiläumsurkunde. Familie Fertsch könne nicht enger mit der IHK verbunden sein, war doch der Urgroßvater Wilhelm der erste Präsident der IHK Friedberg. Spätere Generationen betrieben

Lebensmittel Spar Hessen und eröffneten 1966 in Eschborn im Taunus den ersten Fegro-Markt (heute: Selgros).

Das Sortiment von Hanns Fertsch fokussiert kulinarische Genüsse. Der Sommelier hat eine breite Palette an Weinen im Angebot sowie Feinkostprodukte. Im Ladengeschäft wie auch im Internethandel findet die Kundschaft für jeden Anlass den richtigen Tropfen und dazu empfiehlt Fertsch die passenden Snacks.

Wer seinen nächsten Weinfavoriten sucht, kann an Weinproben teilnehmen, die in der Regel unter einer besonderen Überschrift angeboten werden, beispielsweise „Zwiebelkuchen & kein Federweißer“ im September oder „Sushi & Wein“ im Oktober. Kundenbindung ist dem Weinexperten wichtig. Per Newsletter und auf der Webseite informiert er über Neuheiten, die monatliche Empfehlung und über einen Tipp zu einem Weingut.

„25 Jahre in den heutigen Zeiten mit diesem unermüdlichen Elan zu bestreiten“,



Wein-Sommelier und Jubilar Hanns Fertsch (rechts) erhält von IHK-Vizepräsident Jochen Ruths die Gratulationsurkunde.

stellte IHK-Vize Ruths dann auch fest, „spricht für die Begeisterung, die Hanns Fertsch und sein Team an den Tag legen.“

ONLINE

www.weinhandel-fertsch.de

ANZEIGE

proEconomy top

Das Reinigungskonzept für Industrie und Verwaltung

Telefon: 06428/9241-0
www.giesdl.de

Für echte Schleckermäuler gibt's Gies Catering:
www.giescatering.de

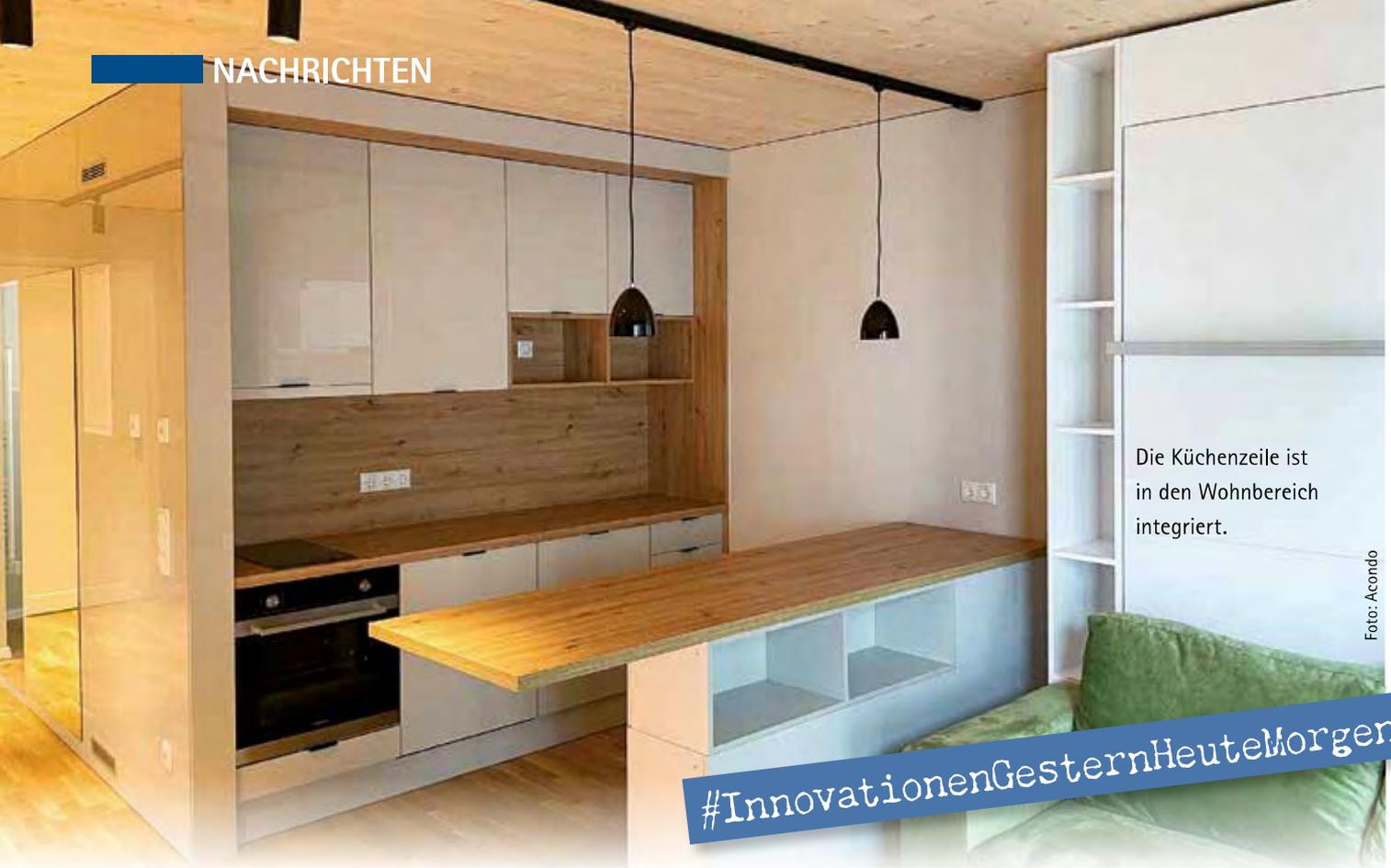
FÜR ALLES DEN GLEICHEN LAPPEN?

GIES
Dienstleistungen

Putzen ist nicht gleich Reinigen. Wir reinigen mit System und verwenden z. B. pro Arbeitsplatz ein **frisches Reinigungstuch**. So sorgen wir für **optimale Hygiene** und helfen, die **Krankensände** in Ihrem Betrieb zu minimieren.

Unser Serviceversprechen:

- Bestes Preis-/Leistungsverhältnis
- Sichere Hygiene für Ihre Mitarbeiter
- Persönlicher Ansprechpartner
- Transparenz in der Beauftragung



Die Küchenzeile ist in den Wohnbereich integriert.

Foto: Acondo

#InnovationenGesternHeuteMorgen

Altholz für Neubau

In Buttlar entstehen in geräumigen Hallen Apartments durch Element- und Modulbau. Geringere Emissionen auf der Baustelle, Nachhaltigkeit und Energieeffizienz sind Argumente für diese Wohnform. Lösen Fertigungsmodule den klassischen Wohnungsbau ab?

VON DORIS HÜLSBÖMER

Ein Seefrachtcontainer stand Pate für die Apartment-Module aus dem thüringischen Buttlar. Dass innovatives und nachhaltiges Bauen nicht mehr „Stein auf Stein“ bedeuten muss, hat Heinrich Laumen lange beschäftigt. Und so kamen zunächst Container ins Spiel. Mit den Maßen von 12,29 mal 2,49 Metern schienen 40-Fuß-Seefrachtcontainer ideal für eine neue Nutzung als Wohnraum. Doch der Plan ging nicht auf. Zu wenig flexibel im räumlichen Schnitt, das Angebot an Containern zu volatil: Mit diesen Einschränkungen verabschiedete sich der ehemalige Banker und Geschäftsführer der Bad Vilbeler Firma Acondo von seiner Idee, aus bereits verfügbaren Werkstoffen neuen Wohnraum zu schaffen.

Von seiner Überzeugung, dass Bauen kein Beton und kein frisches Holz benötigen sollte, ließ er jedoch nicht ab. Und damit entwickelte sich der Finanzexperte zum Bauunternehmer – oder genauer: zum Generaldienstleister für Bauprojekte. Auf die verschiedensten erprobten Konzepte, die nicht die gewünschten umweltfreundlichen und nachhaltigen Ergebnisse erzielten, folgte im Jahr 2018 die Überlegung, Hölzer aus nachhaltiger Waldwirtschaft zu verwenden.

In einer modernen, 2019 gebauten Halle übernehmen dies in Buttlar Präzisionswerkzeuge, die Laumen für rund 4 Millionen Euro angeschafft hat. Sie sind eigens für diese spezielle Form der Produktion entwickelt worden. Genauso wichtig ist Acondo, dass darüber hinaus wesentliche Produktionsprozesse manuell ausgeführt werden. So



Foto: IHK Gießen-Friedberg

Im steten Dialog mit ihren Kundinnen und Kunden: Heinrich Laumen und Edvin Horvat (v.l.)



Installationen für Strom und Wasser sind ein Produktionsschritt, der bereits vor dem Aufbau auf der Baustelle erfolgt.

Modulbau

Herstellungsdauer: 3-4 Monate

Rohmaterialien: Hölzer aus nachhaltiger Waldwirtschaft, Mais

Vorfertigungsgrad: 82 Prozent



Fotos: IHK Giessen-Friedberg

Die Modulbauten erreichen mit dem KfW-Standard Effizienzhaus 40 NH die höchstmögliche Energieeffizienz.

führen zum Beispiel Fachleute Arbeiten wie Elektro- oder Badinstallationen, Fenstereinstellung und Fassadenarbeiten durch. Der Vorfertigungsgrad der Gebäude beträgt circa 82 Prozent.

An der Baustelle selber fallen daher kaum noch Installationsarbeiten an. „Das ganze Produkt ist eine Innovation“, erklärt Laumen. „Und es ist prädestiniert für alle Wohnformen.“ Schließlich sei die Bauzeit mit nur drei oder vier Monaten deutlich kürzer als für konventionell errichtete Bauten. Hinzu käme der Nachhaltigkeitsaspekt durch die Verwendung von Althölzern, die Hölzer stammten zudem aus nachhaltiger Waldwirtschaft.

Sägestaub für die Heizung

Ist dies die Zukunft im Wohnungsbau? So weit möchte der gebürtige Rheinländer Laumen nicht gehen. „Auch wenn modulares vorgefertigtes Bauen in anderen Ländern einen deutlich größeren Marktanteil einnimmt, bleibt in Deutschland die kulturelle Verbundenheit mit dem konventionellen Wohnungsbau.“ Auf gerade einmal vier Prozent beläuft sich der hiesige Marktanteil der Modulbauweise. Laumens Ziele sehen zwar eine Verdreifachung des Umsatzes vor, jedoch bleibt sein Geschäftsmodell auf die

Errichtung von möblierten Apartments ausgerichtet.

Der Produktionsprozess beginnt mit einem Stapel verleimter Platten aus nachhaltiger Waldwirtschaft. „Wir erhalten diesen Werkstoff von ebenfalls nachhaltig orientierten Holzverarbeitungsunternehmen“, erklärt der 61-jährige. Ausgehend von 15 Metern Länge und einer Breite von 2,80 Meter bilden diese Platten die Grundlage der Baumaßnahme. Anschließend werden weitere Verbindungen, zum Beispiel für Wasser und Strom, gefräst. „Den Sägestaub verwenden wir für unsere Heizung in Form von Pellets“, erklärt Edvin Horvat. Er ist aus Kroatien in dieses Projekt eingestiegen und leitet als Geschäftsführer das Unternehmen Concept + Modul, das 2019 eigens für die Produktion in Bad Vilbel gegründet wurde und eine Tochtergesellschaft von Acondo ist.

Mit Mais isolieren

Horvat hat wie sein Geschäftsführer-Kollege Heinrich Laumen Freude am Tüfteln und Optimieren. Seine jüngste innovative Idee ist die äußere Isolation der Wände. „Mit einem neuartigen Fassadendämmsystem aus Mais konnten wir die Dicke der Isolierung von üblichen 36 Zentimetern auf 16 Zentimeter senken“, erklärt Horvat. Auch der Mais

hat bereits einen Lebenszyklus hinter sich: Er stammt aus einer Biogasanlage. „Eine geringere Dicke der Isolierung bedeutet auch weniger Transportumfang und somit weniger CO₂“, unterstreicht Horvat die ökologischen Vorteile der Mais-Isolierung. Die Module selbst erreichen mit dem KfW-Standard Effizienzhaus 40 NH die höchstmögliche Energieeffizienz.

Am Ende des Produktionsprozesses steht ein komplett ausgestattetes Apartment mit Küchenzeile, Bett, Sitzzecke, einem geräumigen Bad und einer Arbeitsfläche mit Blick nach draußen. Die vielen Fenster sind an den Kundenwunsch angepasst worden. „Zunächst war die Fensterfront kleiner“, erklärt Horvat. Immer wieder besprechen die beiden Geschäftsführer die Ausstattung ihrer Module mit ihren Kunden. Aktuell werden 22 Apartments für eine Dresdner Wohnanlage mit einer Grundfläche von jeweils 35 Quadratmetern gefertigt. Einziehen werden junge Fachkräfte. Gezeigt hat sich bei den bereits errichteten Apartment-Häusern in Bad Hersfeld und Berlin, dass die Wohnungen insbesondere bei Singles beliebt sind. „Die moderne Ausstattung, kurzfristige Verfügbarkeit und insbesondere das Wohnklima durch die biogebundene Holzbaueise sind hierbei schlagkräftige Argumente“, meint Laumen. ■

Individuell und von Herzen

In der Wetterauer Kurstadt Bad Nauheim gibt es eine neue Adresse in der Immobilienbranche mit einem ganzheitlichen Konzeptansatz. Tobias Reile und Julia Schönhals bieten dabei ihrer Kundschaft neben der Vermittlung ein Rundum-sorglos-Paket.

VON IRIS DIEDOLPH

Das Büro von Tobias Reile und Julia Schönhals in Bad Nauheim gehört zu den ganz neuen Adressen im hiesigen Maklergeschäft. Jetzt, wo die Zinsen steigen, die Inflation zu schaffen macht und Baumaterialien für neue Vorhaben wie auch Sanierungen knapp und teuer sind. Das verunsichert die beiden aber keineswegs. „Was von Herzen kommt, geht ins Herz“ lautet das Credo des Gründerduos, die ihr „Büro mit Wohlfühlklima“ in einer Jugendstilvilla mit typischem Altbauflair dank hoher Decken, Holzdielen und alten Bodenfliesen im Eingangsbereich gefunden haben. Neulinge im Fach sind die beiden Kurstädter indes nicht. Tobias Reile startete seine berufliche Laufbahn mit einer klassischen Banklehre, qualifizierte sich weiter zum Bankfachwirt. Mit diesem Rüstzeug machte er sich selbstständig in der Finanzdienstleistungsbranche für den Bereich Baufinanzierung. Seine Lebensgefährtin Julia Schönhals absolvierte ein duales betriebswirtschaftliches Studium, währenddessen sie Berufserfahrung in einem großen Maklerunternehmen sammeln konnte. Der Wunsch, in dieser Branche tätig zu bleiben, erfüllte sich dann mit einer anschließenden sechsjährigen Projektleiterphase für mehrere Neubauvorhaben. Klar wurde ihr aber auch: Sie hat ihre eigenen Vorstellungen von Immobilienvermarktung, die vom üblichen Rahmen abweichen.

Ihr Partner tickt da sehr ähnlich. Daher ist das Konzept, das die beiden für ihr Unternehmen entwickelt haben, weniger klassisch. Sie beschreiben es als ganzheitlich. „Wir kümmern uns neben der reinen Wohn-



Julia Schönhals und Tobias Reile leben und arbeiten in Bad Nauheim und haben dort ihr Büro gefunden für die Immobilienvermarktung mit „Herz und Verstand“.

raumbeschaffung oder -vermittlung auch um die Sorgen und Bedürfnisse der Kundschaft“, beschreibt das Paar seinen Ansatz und hat dafür ein Beispiel parat. Ein Witwer von Mitte 70 wollte seinen Wohnsitz verlagern vom Frankfurter Umfeld nach Bad Nauheim. Das neue Zuhause wurde gefunden, das alte ging in den Verkauf. Die größte Herausforderung für den Senior war dann der Umzug, die Entrümpelung, das Zwischenlagern sowie Finden einer Wohnstätte auf Zeit. Auch die Zwischenfinanzierung war ein Thema und bedurfte der Organisation. Der Kunde vertraute Reile und seiner Lebensgefährtin, die sich um alles kümmerten inklusive Entrümpeln, Möbeltransport und Einlagern. „Unser Kerngeschäft ist natürlich die Vermarktung von Immobilien“, hebt

Schönhals hervor. Darüber hinaus könne die Kundschaft ein Rundum-sorglos-Paket buchen für die Organisation von Finanzierung, Entrümpelung und Umzug bis hin zur Ummeldung des Zählers, wenn es gewünscht wird. Was sie nicht selbst machen, erledigen ihre Netzwerkpartner.

Immer wieder geschehen Gründungen erstmal im Nebenerwerb. Tobias Reile und Julia Schönhals aber setzen alles auf eine Karte. „Wir sind von unserem Konzept überzeugt“, sagen sie unisono. Bei allen scheinbar drohenden Risiken blicken die beiden Kurstädter optimistisch in die Zukunft. Die Nachfrage sei bislang konstant geblieben. Aktuell nehmen sie die Städte Bad Nauheim und Friedberg mit ihren Stadtteilen in den Fokus, wollen ihre Aktivitäten perspektivisch über den ganzen Wetteraukreis ausdehnen. Das Büro Reile Immobilien präsentiert seine Leistungen auf einer Webseite und mit Flyern, die das Inhaberpaar in seinem derzeitigen Wirkungskreis verteilt. Julia Schönhals hebt dabei das Logo hervor, für das sie sich in Abstimmung mit Familie und Freundeskreis entschieden haben: Immobilien vermitteln mit Herz und Verstand. Das ist, wofür die beiden stehen, was sie bewegt und antreibt. „Über die Dankbarkeit der Kunden nach getaner Arbeit freuen wir uns sehr. Dies ist, was uns die Extrameile gehen lässt“, sagt Schönhals und ergänzt: „Darüber hinaus wollen wir nicht nur nehmen, sondern auch geben.“ Daher geht auch ein Teil ihrer Provision an eine regionale gemeinnützige Einrichtung. ■

ONLINE

www.reile-immobilien.de

Von Grebenau in die ganze Welt

Vor 100 Jahren wurde mit der Gründung der Gebr. Schreck in Wetzlar der Grundstein für eine Erfolgsgeschichte gelegt. Mittlerweile ist das rund zehn Mitarbeiter zählende Unternehmen im Vogelsberg ansässig und exportiert von hier aus in die ganze Welt.

VON PETRA A. ZIELINSKI

IHK-Hauptgeschäftsführer Matthias Leder ließ es sich nicht nehmen, der geschäftsführenden Gesellschafterin Rita Becker-Ochs im Juni persönlich die Urkunde zum 100. Jubiläum der Gebr. Schreck Feinmechanik GmbH & Co. KG zu überreichen. Zur Feier waren neben den Mitarbeitern und zahlreichen weiteren Gästen auch IHK-Vizepräsident Rainer Dietz, Landrat Manfred Görig und die Bürgermeister Stephan Paule (Alsfeld) und Lars Wicke (Grebenau) gekommen. Wesentlich zum Gelingen des Abends trug auch die Frankfurter Gruppe „Walk-a-Tones“ bei.

In ihrer Anfangszeit befasste sich die von den Gebrüdern Schreck gegründete Firma mit der Herstellung von Einzelteilen für Mikroskope, Mikrofotografie und Fotoverschlüsse mit Luftdruck und Uhrenwerkzeitregelung. Für Letztere wurden Drahtauslöser hergestellt. Nur durch die Zwangsbewirtschaftung während des Zweiten Weltkrieges unterbrochen, produziert das Unternehmen bis heute Drahtauslöser, während die anderen Produkte schnell aufgegeben wurden. Bereits in den 1930er-Jahren exportierte die Firma in 25 Staaten.

Drahtauslöser sind gefragt

1963 übernahm der Frankfurter Kaufmann und Werkzeugmacher Rolf Becker das Unternehmen von Adolf und Karl Schreck und verlagerte zwei Jahre später den Sitz nach Grebenau-Schwarz. Ab 1970 wurden Drahtauslöser für den industriellen Einsatz in das Produktionsprogramm aufgenom-



Freuten sich über die von Matthias Leder überreichte Urkunde: Rita Becker-Ochs (links) und ihre Tochter Cornelia Voigt.

men. Durch eine konsequente Weiterentwicklung der Produktion wurde eine immer höhere Fertigungstiefe erreicht. In den 1970er-Jahren kamen Industrieauslöser für Schaltschränke hinzu. Drahtauslöser fanden unter anderem auch Verwendung bei der NASA in der Raumfahrt, erinnert sich Rita Becker-Ochs, die 1998 das Unternehmen von ihrem Vater übernahm und sich mittlerweile quasi in „Teilzeitrente“ befindet. Weitere Gesellschafter sind ihre Tochter Cornelia Voigt und Torsten Franz. Unterstützt wurde Rita Becker-Ochs aber immer auch von ihrem Mann Gerhard Ochs.

Die Gebr. Schreck Feinmechanik GmbH & Co. KG fertigt heute alle Drehteile selbst und wickelt auch die benötigten Federn auf eige-

nen Automaten. In der Dreherei kommen vier hochmoderne CNC-Automaten von STAR, aber auch noch immer präzise, kurvengesteuerte Automaten von Tornos und ESCO zum Einsatz. Seit 2006 gibt es einen Online-Shop.

Der Corona-Pandemie und dem Ukraine-Krieg zum Trotz sind nach Auskunft von Rita Becker-Ochs die Umsätze konstant geblieben. „Durch Corona beobachten wir gerade im privaten Bereich eine stets steigende Nachfrage nach unseren Fotoauslösern.“ Vor allem aus den USA kämen auch Anfragen nach alten Teilen. ■

ONLINE

www.gebr-schreck.com/

„Jedes Stück ist einzigartig“

Ihre Kreativität hat die Lehramtsstudentin Ann-Christin Veeger bereits in ihrer Kindheit ausgelebt. Seit rund zwei Jahren hat sie ein neues Hobby: Sie drechselt Schmuck und Alltagsgegenstände in ihrer eigenen Werkstatt – auf dem Dachboden.

VON SOPHIE RÖDER

An den Wänden hängen Aquarellbilder. Auf dem Küchentisch stehen Pfeffermühle und Salzstreuer. Alles selbst gemacht von Ann-Christin Veeger. Die 24-Jährige studiert Kunst und Englisch auf Lehramt. Nebenbei verkauft sie seit Anfang des Jahres ihre eigenen Kunstwerke – auch bekannt als Lieblingsstücke.

Der Ansporn dazu kam durch eine Freundin: „Ich habe ihr einen Tropfen geschenkt, aus Holz gedrechselt. Es sollte ein Schlüsselanhänger werden, doch sie wollte lieber eine Kette“, sagt Veeger. Auf die Kette sei die Freundin oft angesprochen worden. Daher habe sie der Gießenerin geraten, ihre Stücke zu verkaufen. „Ich wollte schon früher Selbstgemachtes verkaufen, aber nur Bilder fand ich zu wenig. Nachdem meine

Freundin mir das gesagt hatte, habe ich einfach losgelegt.“

Kreativ sei sie schon immer. „Mit dem Malen habe ich wie jedes kleine Kind angefangen.“ Heute malt Veeger am liebsten mit Aquarellfarben. „Ich finde Aquarell cool, da kann man so schön Verläufe hineinbringen.“ Die meisten Produkte, die sie auf ihrer eigenen Internetseite verkauft, sind gedrechselte Stücke.

Dieses Hobby hat die 24-Jährige während des Studiums durch einen gemeinsamen Wochenend-Drechselkurs mit ihrer Mutter für sich

entdeckt. „Der Kurs hat mir viel Spaß gemacht. Aber um Drechseln wirklich zu lernen, muss man es regelmäßig machen.“ Da solche Kurse teuer seien, sie aber mehr drechseln wollte, hat sich Veeger eine gebrauchte Drechselbank gekauft. Diese steht auf dem Dachboden der Studentin – ihrer Werkstatt.

Das Malen und Drechseln ist für sie ein guter Ausgleich neben der Arbeit vor dem Laptop. Gerade in Corona-Zeiten sei das Drechseln eine willkommene Abwechslung gewesen. „Das war etwas, was man gut machen konnte, dafür braucht man keine sozialen Kontakte.“

Abwechslungsreich sind auch die Stücke, die Veeger fertigt: So hat sie neben Schmuckstücken wie Ketten und Ohrringen Nützliches wie Flaschenöffner und -stopfen, Korkenzieher und Brieföffner hergestellt. Für die Weihnachtszeit hat sie kleine Deko-Weihnachtsbäume angefertigt. Zukünftig will Veeger Pfeffermühlen und Salzstreuer für den Verkauf herstellen, wie sie es bei dem Drechselkurs

Die Talente von Ann-Christin Veeger sind vielfältig. Zu den Werken der Kunsthandwerkerin gehören Aquarelle wie auch Drechselarbeiten.



An der Aquarellmalerei gefällt der Künstlerin und Unternehmerin das Aufbringen von Farbverläufen.

lernte. Dafür fehle ihr allerdings ein Forstnerbohrer. Doch dieser hat seinen Preis. „Da ist Malen schon günstiger. Man kauft einfach Farbe und legt los.“

Erschwungliche Preise möchte die Studentin bei ihren Produkten abrufen. „Natürlich brauche ich die Materialkosten zurück. Doch es ist mir wichtig, dass auch Studenten die Lieblingsstücke kaufen können.“ Daher hat sie in ihrem Freundes- und Bekanntenkreis herumgefragt, was diejenigen bereit wären, für ein handgemachtes Produkt zu zahlen. Letztlich sei es ein Mittelwert geworden, aus dem, was die Studenten gesagt hatten, und aus dem, was diejenigen zahlen würden, die bereits in Vollzeit arbeiten.

Warum eigentlich Lieblingsstücke? „Weil es alles meine Lieblingsstücke sind. Ich stecke da so viel Arbeit und Herzblut hinein. Und hoffe, dass es auch von jemand anderem ein Lieblingsstück wird“, sagt Veeger. Kurz nach Eröffnung des Online-Shops sei es für die Kunsthandwerkerin komisch gewesen, ihre Sachen an jemanden zu verkaufen, den sie nicht kenne. „Vorher habe ich nur

Jeder Anhänger ist ein Unikat und meist angefertigt aus Hölzern der Region.

Geschenke für meine Freunde und Verwandten gemacht. Ich freue mich immer, wenn ich sehe, dass sie die Anhänger tragen. Dann denke ich: ‚Cool, den habe ich gemacht.‘ Als die ersten positiven Rückmeldungen von Kunden kamen, habe ich mich aber sehr gefreut.“

Holz aus der Region

Inzwischen hat Veeger rund 50 Lieblingsstücke für den Verkauf gedrechselt. „Ich wollte einen kleinen Vorrat, bevor ich die Sachen anbiete.“ Zudem nimmt sie Auftragsarbeiten entgegen.

Die Zeit, die sie mit den einzelnen Arbeiten verbringt, ist unterschiedlich. „Für eine Kette brauche ich 30 Minuten, um den Anhänger zu drechseln. Und noch einmal 15 Minuten, um diesen mit dem Band zu verbinden.“ Manchmal fertigt sie ein

Stück von Anfang bis Ende. Manchmal drechselt sie in der Werkstatt mehrere Stücke, die sie dann in der Küche fertig zusammensetzt. „Es hängt immer davon ab, wie neugierig ich darauf bin, das fertige Stück zu sehen. Jedes Stück ist einzigartig.“ Das liege nicht nur an der individuellen Fertigung, sondern auch an den verschie-

denen Holzarten. „Sie unterscheiden sich nicht nur in der Sorte. Apfelbaum sieht anders aus als Pflaume, aber auch jedes Stückchen der gleichen Baumart hat eine individuelle Maserung, die sich in den Anhängern wiederfindet.“ Die meisten Arbeiten macht Veeger mit Holz aus der Region.

„Wenn jemand einen speziellen Wunsch hat, wie zum Beispiel Ebenholz, muss ich dieses bestellen.“

Auch wenn Veeger als Verkäuferin aktiv ist, soll das Drechseln ein Hobby bleiben. „Ich habe keine festen Drehselzeiten. Ich bin in der Werkstatt, wenn mir danach ist. Und je nachdem, wie viel ich für die Uni zu tun habe.“ Ein wichtiger Faktor sei auch das Wetter: Auf dem Dachboden sollte es nicht zu heiß und nicht zu kalt sein. Und wenn sie mal keine Lust aufs Drechseln hat, „kann ich immer noch auf der Couch sitzen und malen“.

ONLINE

www.acv-liebingsstuecke.de

Handgemacht

In dieser Reihe stellen sich Mitgliedsunternehmen vor, deren Produkte Stück für Stück per Hand angefertigt oder aufbereitet werden. Handgemacht eben!

Foto: pixelio

Arbeitskleidung



LOVATEX GmbH
 Helmershäuser Str. 28
63674 Altenstadt
 Tel. 0 60 47 - 6 81 61

Bitte Katalog anfordern!
 ÖZ: Mo.-Fr.: 8-17 h

www.lovatex.de | workwear & more

WORKWEAR | OUTDOORKLEIDUNG | BERUFSSCHUHE | ARBEITSSCHUTZ u.v.m.

Buchhaltung

...und nachts den Bürokrampf?

Renate Fritz
 Bilanzbuchhalterin (IHK)
 Betriebswirtin (VWA)



Zahlenwerkstatt
 Mit uns können Sie rechnen!

bietet Support in Finanz-, Personal- und Rechnungswesen im Rahmen des §6 StBerG - nicht nur für kleinere Betriebe - vor Ort oder in meinem Büro.

Am Weinberg 13 · 63654 Büdingen · Tel. 06041-9601199
 Mobil 0163-8235147 · renate.fritz@zahlenwerkstatt.de



Beate Bahlk
 Bilanzbuchhalterin (IHK)
 geprüfte Bilanzbuchhalterin (IHK)

Buchungen lfd. Geschäftsvorfälle
 lfd. Lohn- und Gehaltsabrechnung
 Fakturierung
 Textverarbeitung
 allgemeine Büroarbeiten
 Farbkopien

Bingenheimer Str. 32 · 61203 Reichelsheim · Tel. 06035/7099313
 Fax 06035/7099329 · E-Mail: buero@bahlk.de · www.bd-bahlk.de

Innovationen Büro & Betrieb



docunova
 DOCUMENT SOLUTIONS

- Druck- / Multifunktionssysteme
- Plotter & Scanner bis DIN-A0
- Beratung & Druckkostenanalyse
- Service, Wartung / IT Support
- Telefonie- / Kommunikationslösungen
- Konferenz- / Medientechnik
- DMS-Lösungen / Archivierung
- Zeiterfassung- / Systeme

Seit über 35 Jahren ihr kompetenter Partner

docunova GmbH - Raiffeisenstraße 6 - 61191 Rosbach v.d.H.

www.docunova.de

Hausmeisterservice | Gartenpflege



Uwe Schieferstein
 Hausmeisterservice –
 Grünanlagenpflege – Gartenservice –
 Kleintransporte

Richard-Wagner-Str. 9 • 35457 Lollar
 Tel.: 0 64 06/5 09 91 49 oder 0170/9078949
 uwe.schieferstein@freenet.de

Reinigungstechnik



Beratung, Verkauf und Service

Rein + Wittkowski OHG: Ihr Kärcher Center in Laubach.

KÄRCHER
 makes a difference

Kärcher Center R+W
 Philipp-Reis-Str. 29 · 35321 Laubach

Tel. 06405-5010460
 Fax 06405-5010461

E-Mail info@kaerchercenter-rw.de
 www.kaerchercenter-rw.de

Büromöbel und mehr

Interior Design für Büro- und Praxisräume

Ergonomische Arbeitsplatzkonzepte

Konzepte für Verwaltung und Lager

Design für Heim, Küche und Co.

art&office

KONZEPTE FÜR OBJEKT & RAUM

Darmstadt Gießen Mannheim
 06151 375770 0641 31051 0621 8109469
www.art-office.de

Unsere Shops:
buerado.de
sofawunder.de

art-office-shop.de
sitzsackfabrik.de
praxiseinrichtung-hessen.de

Anzeigenannahmeschluss Ausgabe Oktober 2022:

15. September 2022

anzeigenverkauf@mdv-online.de, Tel.: 0641/3003-214, -223, -101

Coaching | Sprachen | Rhetorik und mehr



DR. SCHLAEFKE
 SPRACHEN, KOMMUNIKATION & TRAINING GMBH

Fremdsprachen, Rhetorik, Coaching, Sprachreisen
 Internet: www.skt-schlaefke.de

Kurt-Moosdorf-Str. 20, 63694 Limeshain
 Tel. 06047/68104 Fax. 06047/68105
 Email: a.schlaefke@skt-schlaefke.de

Filiale:
 Landgrafenstr. 3, 35390 Gießen
 Tel. 0641/ 38230 Fax. /3010112
 Email: giessen@skt-schlaefke.de

Papier- und Büromaterial

PAPIER HOLLER GmbH
 Hermes/GLS-Paketshop 
 Papier- und Bürobedarf

Bismarckstr. 31 · 61169 Friedberg · Tel. (06031) 5367 · Fax (06031) 9 15 74
 Internet: www.papier-holler.de

Buchhaltung

Nehmen Sie sich Zeit für das Wesentliche!

Individuell vor Ort oder in unserem Büro erledigen wir für Sie das Kontieren und Verbuchen von Rechnungen, das interne und externe Abrechnungswesen inkl. Zahlungsverkehr. Ihre Projektabrechnung sowie allgemeine Büro- und Sekretariatsarbeiten.

Personallengpass? Wir unterstützen Sie gerne, damit Sie effektiv mehr Zeit haben.

Katja Kschuk · Effektivzeit-Bürodienstleistung

Am Meisenring 5 · 61197 Florstadt
 Telefon: 06041/823541 · Fax: 06041/823542
www.effektivzeit.de · E-Mail: katja.kschuk@effektivzeit.de

Innovationen Büro & Betrieb

Büro- und Objekteinrichtungen
 Druck- und Kopiersysteme
 Bürobedarf
 DATEV

Hees Bürowelt Unternehmensgruppe
 Schwimmbadstr. 36 | 35452 Heuchelheim
 Tel: 0641.96250-0 | www.hees.de



WIRTSCHAFTSMAGAZIN der IHK Gießen–Friedberg

Herausgeber

Industrie- und Handelskammer Gießen–Friedberg
Vertreten durch
Herrn Dr. Matthias Leder und Herrn Rainer Schwarz
Postfach 11 12 20, 35357 Gießen, Lonystraße 7, 35390 Gießen

Redaktion

Andreas Mertenbacher, Telefon: 06031/609-1105
E-Mail: andreas.mertenbacher@giessen-friedberg.ihk.de
Iris Diedolph, Telefon: 06031/609-1115
E-Mail: iris.diedolph@giessen-friedberg.ihk.de
Doris Hülsbömer, Chefredaktion (V.i.S.d.P.),
Telefon: 06031/609-1100
E-Mail: doris.huelsboemer@giessen-friedberg.ihk.de
Gabriele Reinartz, Telefon: 06031/609-1105
E-Mail: reinartz@giessen-friedberg.ihk.de
Internet: www.giessen-friedberg.ihk.de

Anzeigenpreisliste Nr. 1 gültig ab 1.11.2021

Verlag

Mittelhessische Druck & Verlagshaus GmbH & Co. KG,
Marburger Straße 20, 35390 Gießen

Anzeigenverkauf

Karin Hilscher (Verkaufsleitung)
Tel.: 0641/3003-101

Tel.: 0641/3003 -214, -223
anzeigenverkauf@mdv-online.de

Anzeigenverantwortlich

Jens Trabusch
anzeigenleitung@mdv-online.de

Layout

Satzstudio Scharf, 35638 Leun
www.satzstudio-scharf.de

Druck

Dierichs Druck + Media GmbH & Co. KG, 34121 Kassel

Das IHK-Wirtschaftsmagazin ist das offizielle Organ der Industrie- und Handelskammer Gießen–Friedberg. Der Bezug der IHK-Zeitschrift erfolgt im Rahmen der grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied der IHK. Im freien Verkauf 27,50 € pro Jahr. Fotomechanische Vervielfältigungen von Teilen dieser Zeitschrift sind nur für den innerbetrieblichen Gebrauch des Beziehers gestattet.

AUTOREN DIESER AUSGABE



Iris Diedolph

Stabsabteilung Öffentlichkeitsarbeit/Volkswirtschaft
E-Mail: iris.diedolph@giessen-friedberg.ihk.de



Doris Hülsbömer

Stabsabteilung Öffentlichkeitsarbeit/Volkswirtschaft
E-Mail: doris.huelsboemer@giessen-friedberg.ihk.de



Jens Ihle

Regionalmanagement Mittelhessen
E-Mail: ihle@mittelhessen.org



Andreas Mertenbacher

Stabsabteilung Öffentlichkeitsarbeit/Volkswirtschaft
E-Mail: andreas.mertenbacher@giessen-friedberg.ihk.de



Tim Müller

Geschäftsbereich International/Service Center
E-Mail: tim.mueller@giessen-friedberg.ihk.de



Sophie Röder

Redaktion MDV
E-Mail: sophie.roeder@mdv-online.de



Petra A. Zielinski

Freie Journalistin
E-Mail: petra.zielinski@gmx.de

Aufgrund einer möglichen Cyber-Attacke wurden die IT-Systeme der IHKs kontrolliert vom Netz genommen, um möglichen Schaden zu vermeiden und Datensicherheit zu gewährleisten. Davon betroffen ist auch die E-Mail-Kommunikation. Seit Anfang August haben wir keine Nachrichten empfangen oder versenden können. Sie erreichen uns vor Ort oder per Telefon. (Stand: 22.08.2022)

THEMEN-VORSCHAU

Regionales Wirtschaftsparlament – Rückblick auf die Sitzung der Vollversammlung im September in Alsfeld

Neues Gremium – Vorstellung des IHK-Arbeitskreises „Digitale Experten Kammer“

Jubiläumsveranstaltung – Welche Unternehmensform bietet welche Vorteile?

Der »Marktplatz«

im Wirtschaftsmagazin der IHK Gießen-Friedberg 2022



Unsere Themen in den nächsten Ausgaben*

Ausgabe Oktober:

- Nutzfahrzeuge • Gabelstapler • Krahn-Hebetechnik • Gewerbeflächen
- Metall • Hallen- und Stahlbau

**IHK-Thema: Bürokratie – Wie ist der Wasserstand?
Beispiel Lieferkettengesetz***

Erscheinungstermin: Samstag, 1. Oktober 2022

Anzeigenschluss: Donnerstag, 15. September 2022

Ausgabe November:

- Anspruchsvolles Wohnen/Schlafen • Software für Mittelständler
- Objekteinrichtung • Entsorgung • Recycling • Containerdienst
- Datensicherheit

**IHK-Thema: Energiepolitik/Blick in die Branche:
Bauwirtschaft (Klima, Energieeffizienz)***

Erscheinungstermin: Dienstag, 1. November 2022

Anzeigenschluss: Montag, 10. Oktober 2022

Ausgabe Dezember:

- Energie • Heizen • Wärme • E-Mobilität • Metall
- Hallen- und Stahlbau • Geschenke-Tipps • Industriereinigung

IHK-Thema: Innenstädte im Wandel (Einzelhandel, Gastro)*

Erscheinungstermin: Donnerstag, 1. Dezember 2022

Anzeigenschluss: Dienstag, 8. November 2022

*Änderungen der Themen bleiben vorbehalten

Sprechen Sie uns an, wir beraten Sie gerne!

☎ 0641 3003-214/-223/-101

@ anzeigenverkauf@mdv-online.de

Unser Leasingangebot für Geschäftskunden.



Der neue Mercedes-Benz GLC.

Ausstattung: AVANTGARDE Interieur/Exterieur, 9G-TRONIC, LED High Performance-Scheinwerfer, MBUX Multimediasystem, MBUX Navigation Premium, Sitzheizung, Klimaautomatik THERMATIC, Spiegel-Paket, Park-Paket mit Rückfahrkamera, aktiver Park-Assistent, 18" LMR 5-Speichen-Design, Advanced-Paket, Komfortsitze Durchlademöglichkeit u.v.m.

¹GLC 220 d 4MATIC | WLTP: Kraftstoffverbrauch gesamt, kombiniert: 5,2 l / 100 km; CO₂-Emissionen 136 g/km.²

²Die angegebenen Werte sind die ermittelten „WLTP-CO₂-Werte“ i. S. v. Art. 2 Nr. 3 Durchführungsverordnung (EU) 2017/1153. Die Kraftstoffverbrauchswerte wurden auf Basis dieser Werte errechnet. Die Angaben beziehen sich nicht auf ein einzelnes Fahrzeug und sind nicht Bestandteil des Angebots, sondern dienen allein Vergleichszwecken zwischen verschiedenen Fahrzeugtypen. Die Werte variieren in Abhängigkeit der gewählten Sonderausstattungen.

³Alle Preise zzgl. gesetzlicher Umsatzsteuer. Ein Leasingbeispiel der Mercedes-Benz Leasing GmbH, Siemensstr. 7, 70469 Stuttgart, für Geschäftskunden. Stand 08/2022. Das Angebot ist gültig bis 30.09.2022. Ist der Darlehens-/ Leasingnehmer Verbraucher, besteht nach Vertragsschluss ein gesetzliches Widerrufsrecht nach § 495 BGB.

⁴Kaufpreis zzgl. 825,00 € Überführungskosten.

⁵Mit dem Service-Paket sind alle Wartungskosten und definierter Verschleiß für die vereinbarte Laufzeit abgedeckt. Zu den Leistungen zählen die Wartungsarbeiten gemäß Service-Heft, die Zusatzarbeiten „gegen gesonderte Berechnung“.

Ein Leasingbeispiel der Mercedes-Benz Leasing GmbH³
für einen GLC 220 d 4MATIC^{1,2} für Geschäftskunden
Hubraum: 1993 ccm, 145 kW (197 PS), Diesel

Kaufpreis ⁴	48.089,00 €
Leasing-Sonderzahlung	0,00 €
Gesamtbasiswert	48.089,00 €
Laufzeit	36 Monate
Gesamtlauflistung	45.000 km

**36 mtl. Gesamtleasingraten à
inkl. GAP-Unterdeckungsschutz** 616,00 €

monatliche Servicerate⁵ 63,00 €

36 mtl. Gesamtleasingraten à 679,00 €

Überführungskosten 825,00 €

Mercedes-Benz



Anbieter: Mercedes-Benz AG, Mercedesstraße 120, 70372 Stuttgart, Partner vor Ort:

NEILS & KRAFT

Neils & Kraft GmbH & Co. KG, Autorisierter Mercedes-Benz Verkauf und Service,
Wellersburgring 1, 35396 Gießen, Tel.: +49 641 95300,
info@neils-und-kraft.de, www.neils-und-kraft.de