

wirtschafts — — dialoge

5 | 2023

Das Mitgliedermagazin der Industrie- und
Handelskammer Darmstadt Rhein Main Neckar

PASSGENAU ZUM ERFOLG

Wie das Leitbild für Darmstadt 98
zum Volltreffer wird

ZUKUNFTSMARKT

Vietnam entwickelt sich
zur China-Alternative
— 32

ONBOARDING

Fünf Tipps für
einen guten Start
— 38

EINWANDERUNG

Wie der Zugang für
Fachkräfte leichter wird
— 46



Darmstadt
Rhein Main Neckar



Dr. Oehm

Dr. Jennert

Dr. Ruch

Neu: offenes MRT in Upright Technik.
[Untersuchungen bei Platzangst und im
Stehen unter Belastung]



RHEIN-MAIN-ZENTRUM FÜR DIAGNOSTIK

DieRadiologen

Eines der modernsten Diagnosezentren Europas

Diagnostische Radiologie | Vorsorgemedizin | Schmerztherapie

- 3Tesla-Ultrahochfeld-MRT [2 Systeme]
- Offenes MRT
- Upright MRT
- Multislice-Computertomografie – u. a. auch der Herzkranzgefäße
- CT und MRT gesteuerte spezifische Schmerztherapie
- Mammografie und MR-Mammografie
- 3Tesla multiparametrische MRT der Prostata
- Digitales Röntgen
- 3D-Sonografie
- Knochendichtemessung [DEXA-Scan]

Rhein-Main-Zentrum für Diagnostik
DieRadiologen

Gutenbergstraße 23 (neben Loop 5)

64331 Weiterstadt

Fon 0 61 51. 78 04-0

Fax 0 61 51. 78 04-200

www.dieradiologen-da.de

info@dieradiologen-da.de

Privatsprechstunde: Fon 0 61 51. 78 04-100

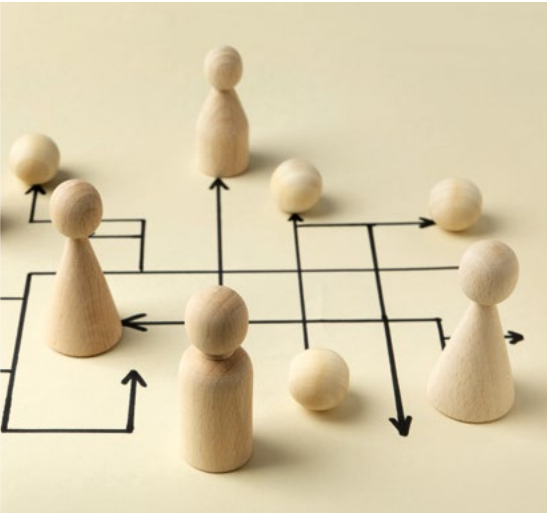


Foto: freepik.com

**»EIN PASSENDES
LEITBILD ZAHLT
AUF DIE EIGENE
ARBEITGEBER-
ATTRAKTIVITÄT EIN.«**

LIEBE STRATEGEN,

vor acht Jahren, beim Aufstieg der »Lilien« in die Bundesliga, galt der SV Darmstadt 98 noch als »hässliches Entlein« der Beletage. Der Claim »Aus Tradition anders« war auch immer ein Euphemismus für die kalten Duschen in den Kabinen sowie die maroden Tribünen. Doch Stück für Stück hat sich der Verein nach oben gearbeitet. Bayern München und Eintracht Frankfurt statt Greuther Fürth und Elversberg heißen die Gegner in dieser Saison – und das geschieht auf solider wirtschaftlicher Basis in einem runderneuertem Stadion.

So wie es am »Bölle« nun schicke VIP-Plätze und Lounges gibt (und warme Duschen!), so hat sich der Verein auch in seinem Handeln professionalisiert. Vor zwei Jahren hat sich der Sportverein etwa einem Leitbild verschrieben, das sich an Werten orientiert und aus dem Ziele abgeleitet wurden. Unter dem Leitbild können und sollen sich alle versammeln – von den Spielern über die Mitarbeiter*innen im Fanshop bis hin zum Physiotherapeuten. Wie die »Lilien« diesen Prozess umsetzen, erfahren Sie ab Seite 18 in unserem Schwerpunkt »Werte & Marke«. Auf den folgenden Seiten wird zudem veranschaulicht, wie es KMU gelingt, ein Unternehmensleitbild aufzubauen, was es in der Kommunikation zu beachten gilt und wie ein passendes Leitbild auf die eigene Arbeitgeberattraktivität einzahlt – gerade im Hinblick auf junge Fachkräfte.

Bekanntlich ist die Wirtschaft in Südhessen stark exportorientiert. Um Risiken zu minimieren und Alternativen zum chinesischen Markt zu finden, richten Unternehmen ihren Blick stärker auf Länder wie Vietnam. Welche Chancen das südostasiatische Land bietet und für welche Branchen ein Investment interessant sein dürfte, lesen Sie ab Seite 32.

Außerdem greifen wir eine weitere Facette des Top-Themas Fachkräftegewinnung auf. Weil der heimische Markt leergefegt ist, schauen sich Firmen verstärkt im Ausland nach Personal um. Welche Erfahrungen sie dabei gemacht haben und welche Hürden noch beseitigt werden müssten, ist ab Seite 46 zusammengefasst.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre!



Matthias Voigt

Redaktionsleitung Wirtschaftsdialoge,
IHK Darmstadt Rhein Main Neckar

INHALT

Etwa **500**
PERSONEN
sind pro Spieltag für
den SV Darmstadt 98
im und ums Stadion
im Einsatz.



Konstantin A. Werner von der Unternehmens- und Personalberatung »sparkm« gibt Tipps für das richtige Onboarding. Foto: sparkm

Editorial

Seite 03

Kurzes aus'm Bezirk

Seite 06

Lesestoff

Seite 51

Termine

Seite 52

Treffpunkt

Seite 56

Zum Schluss

Seite 58

SCHWERPUNKT: WERTE & MARKE

»Wer sind wir und wo wollen wir hin?« Der SV Darmstadt 98 hat ein Leitbild entwickelt, das hilft, sich auf die eigenen Werte zu besinnen – und von dem auch die Arbeitgebermarke profitiert. 18

Nicht nur das Wappen auf der Brust Fidu Brands aus Darmstadt hat das Merchandise von Sportvereinen mit der Entwicklung von Streetwear verknüpft. So entstehen außergewöhnliche Fanartikel. 30

Die Sache mit der Nummer ...

Wenn wir in unseren Artikeln auf die Website der IHK Darmstadt verweisen, geben wir auch eine → Nummer an. Die tippen Sie einfach ins Suchfeld unserer Website ein und kommen so schnell zur gewünschten Information.



»EIN GUTES LEITBILD VERMITTELT WICHTIGE WERTE UND ZEIGT, WOFÜR WIR STEHEN.«

Susanne Schulz
Geschäftsführerin von Adesta

Beim Anwerben von Fachkräften schaut sich Fernanda von Christen von Erbatech verstärkt im Ausland um. Foto: Klaus Mai

MÄRKTE & STANDORT

Zukunftsmarkt Vietnam Um ihre Lieferketten zu diversifizieren, suchen viele Unternehmen nach Ausweichmärkten fernab von China. Dabei gerät Vietnam verstärkt ins Visier. 32

Wirtschaft 2040 Das Zukunftsprojekt der IHK Darmstadt sucht Antworten auf die Herausforderungen, vor denen die südhessische Wirtschaft in den nächsten 15 Jahren stehen wird. Dabei gibt es viele Möglichkeiten der Beteiligung. 36

SERVICE

Der Beginn einer Beziehung Das Onboarding als rein technischen Prozess zu begreifen, greift deutlich zu kurz. Fünf Tipps, wie die Einarbeitung von neuen Kolleg*innen gelingt. 38

Recht & Steuern Wichtige Kurzmeldungen im Überblick 42

FACHKRÄFTE

»Wir suchen gezielt im Ausland« Die IHK Darmstadt fordert in einem Diskussionspapier, die Einwanderung von Fachkräften zu vereinfachen. Zwei Unternehmen berichten, welche Erfahrungen sie bei der Einstellung von ausländischen Fachkräften gemacht haben. 46

IHK Darmstadt ehrt Nachwuchsführungskräfte Die meisten Abschlüsse der höheren Berufsbildung wurden dabei als Wirtschaftsfachwirt abgelegt. 50

IM PORTRÄT

Wegbereiter für die Verkehrswende In seinem Fahrradgeschäft bietet Jürgen Fuchs schon seit Langem E-Bikes an. Doch Nachhaltigkeit spielt für ihn nicht nur beim Angebot eine wichtige Rolle. 54

PERSONALIEN



Der Vorstand von R-Biopharm (von links): Christian Dreher, Ute Salzbrenner, Dr. Frank Vitzthum und Dr. Frank Apostel. Fotos: R-Biopharm

R-Biopharm

WECHSEL IM VORSTAND

Personalien und eine strategische Neuausrichtung führen zu Veränderungen im Vorstand des Darmstädter Biotechnologieunternehmens R-Biopharm. Dr. Peter Schubert, langjähriger Vorstand Forschung und Entwicklung, und Jochen Hirsch, Vorstand für die Tochtergesellschaften sowie den Geschäftsbereich Lebensmittel- und Futtermittelanalytik, sind zum 1. September aus dem Unternehmen ausgeschieden. Schubert hat etliche neue Technologien eingeführt sowie Therapieansätze entwickelt, aus denen zum Teil neue Tochterfirmen entstanden. Nach mehr als 20 Jahren im Unternehmen geht er nun in den Ruhestand. Seine Aufgaben hat Frank Vitzthum

übernommen. Der promovierte Biochemiker mit langjähriger Industrieerfahrung kommt von Siemens Healthineers. Neben den F&E-Aufgaben und Systemlösungen für die Kunden wird er bei R-Biopharm den Bereich Qualitätsmanagement und Regulatory Affairs verantworten. Die Vorstandsaufgaben von Jochen Hirsch, der sich einem Start-up angeschlossen hat, verantwortet nun CEO Christian Dreher. Sales und Marketing für die Bereiche Klinische Diagnostik und Nutrition Care hat nahtlos Dr. Frank Apostel übernommen. Den Vorstand komplettiert Ute Salzbrenner als CFO.

www.r-biopharm.com/de



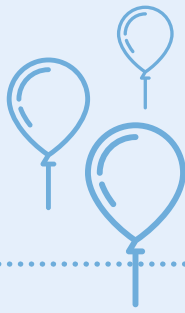
Antje Winter. Foto: Entega

Entega Plus

ANTJE WINTER RÜCKT NACH VORN

Der Ökoenergie- und Telekommunikationsdienstleister Entega hat Antje Winter zur neuen Geschäftsführerin seiner Vertriebs-tochter Entega Plus ernannt. Sie ergänzt in ihrer neuen Funktion als Geschäftsführerin Kundenbetreuung und Services den Vorsitzenden der Geschäftsführung, Frank Gey, der die Vertriebsaktivitäten verantwortet. Antje Winter ist seit 2012 Leiterin Kundendialog. Zuvor war sie seit 2006 in verschiedenen anderen Bereichen des Vertriebs und Marketings der Entega tätig. Seit 2021 ist sie darüber hinaus nebenamtliche Geschäftsführerin der Energy Market Solutions GmbH, eines Energiewendunternehmens der Entega mit Sitz in Berlin.

www.entega.ag



JUBILÄEN

25 Jahre

BUCHHANDLUNG BORNHOFEN

Lucia Bornhofen führt die Gernsheimer Buchhandlung, die mit Kinderbüchern, Mangas, Romanen, Krimis, Kochbüchern, Reiseführern und Sachbüchern ein breites Spektrum an Lesestoff anbietet. Glückwunschkarten und Spiele gehören ebenfalls zum Sortiment. Außerdem gibt es ein vielfältiges Veranstaltungsangebot für Kinder und Erwachsene.

www.buchhandlung-bornhofen.de

25 Jahre

EDNT GMBH

Energie, Daten, Netzwerk, Technik: Hierfür steht der Unternehmensname EDNT. Das Unternehmen gehört zur familiengeführten EDNT-Gruppe in Bensheim, die IT-Lösungen und Telekommunikation, beispielsweise Cloud-Telefonie, anbietet. Gemeinsam mit 14 Mitarbeiter*innen betreut Geschäftsführer Karlheinz Knapp Kund*innen aus verschiedenen Branchen – von Industrieunternehmen über Dienstleister bis zu Handwerksbetrieben.

www.ednt.de

25 Jahre

MICHAEL GREULICH TAXIUNTERNEHMEN

In Darmstadt leitet Michael Greulich ein Taxi- und Mietwagenunternehmen mit drei Mitarbeiter*innen. Er bietet auch Flughafentransfers und Krankenfahrten, beispielsweise zu Dialysebehandlungen sowie zu Chemo- und Strahlentherapien, an.

25 Jahre

HEALTH & MEDIA

Das Darmstädter Unternehmen ist auf den digitalen Wissenstransfer im Gesundheitsmarkt spezialisiert. Es bietet E-Learning-Plattformen für Ärzte an, ermittelt Marktpotenziale im Krankenhausmarkt und informiert mit einer App und zugehöriger Datenbank über Kosmetikinhaltsstoffe. Das zwölfköpfige Team wird von Dr. Wolfram Wiegers und Steffen Wolf geführt.

www.health-media.de

25 Jahre

IHSAN GÜLER FAHRSCHULE

Das Unternehmen besteht aus zwei Fahrschulen in Rüsselsheim und Frankfurt, erweitert um eine Kooperation mit einer Fahrschule in Raunheim. Ihsan Güler und sein internationales Team, bestehend aus 15 Mitarbeiter*innen, bietet Fahrstunden in verschiedenen Sprachen an. Auf Wunsch ist es auch möglich, den Kurs »Führerschein in 14 Tagen« zu besuchen. In Raunheim werden die Klassen A–C, CE und Module nach dem Berufskraftfahrerqualifikationsgesetz und der Gabelstaplerschein angeboten.

www.fahrschule-guler.de

25 Jahre

KLAUS SCHUBART DIENSTLEISTUNGEN

Messebau und Montagearbeiten aller Art gehören zu den Dienstleistungen des Bensheimer Unternehmers. Er bietet außerdem Garten- und Baumpflege sowie Hausmeisterservices an.

www.klausschubart.info

25 Jahre

INNCONCEPT EINRICHTUNGS GMBH

Zusammen mit sieben Mitarbeiter*innen bieten Thomas Feix und Roy-Steffen Müller Inneneinrichtungen nach Maß für Privat- und Gewerbekunden an. Das Team entwickelt Einrichtungskonzepte und fertigt die Möbel in der Schreinerei in Griesheim selbst an. Zum Portfolio gehören unter anderem maßgenaue Schränke, Regale und elektrische Bettsysteme, Empfangsbereiche und Büromöblierungen sowie individuelle Sonderlösungen.

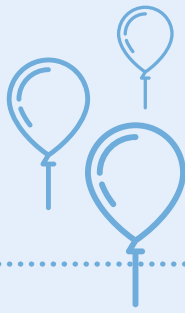
www.innconcept.de

25 Jahre

NSB NGUYEN SOFTWAREENTWICKLUNG & BERATUNG

Auf IT-Lösungen für Unternehmen hat sich das Darmstädter Unternehmen spezialisiert. Seine Schwerpunkte sind Open-Source-Software, Automatisierung von internen Prozessen und Datenbankadministration. Die Kund*innen stammen aus verschiedenen Branchen wie der Luftfahrtindustrie, der Transport- und Logistikbranche und dem Bankenwesen. Neben einmaligen IT-Projekten ist auch eine langfristige Betreuung möglich.

www.nsb-software.de



JUBILÄEN

25 Jahre

SCHULZ GARTEN- UND LANDSCHAFTSBAU

In Biebesheim unterhält Peter Schulz einen Fachbetrieb für Garten- und Landschaftsbau. Mit seinen fünf Mitarbeiter*innen gestaltet er vorwiegend private Gartenanlagen sowie Außenanlagen größerer Wohnkomplexe. Der Maschinenpark ist auch für anspruchsvollere Arbeiten geeignet. Zu den Leistungen gehören unter anderem Teichbau und Baumpflege.

www.galabau-schulz.net

25 Jahre

TECHNOLOGIE- UND INNOVATIONSZENTRUM (TIZ)

Im Haus der Stiftung Giersch in Darmstadt vermietet das Technologie- und Innovationszentrum verschiedene Räumlichkeiten, die sich den Bedürfnissen der Nutzer je nach Lebenszyklusphase des Unternehmens anpassen. Auf insgesamt 18.000 Quadratmetern werden Büroräume, Co-Working-Spaces, Konferenzräume sowie Lager- und Werkstattflächen angeboten. Zu den derzeit etwa 100 Kund*innen zählen sowohl Start-ups als auch etablierte Unternehmen. Neben der Geschäftsführung – Peter Mühlhäuser und Karin Rech – sind vier weitere Mitarbeiter*innen für das TIZ tätig. Eine Fotovoltaikanlage auf dem Dach des TIZ liefert den Großteil des am Standort benötigten Stroms.

www.tiz-darmstadt.de

25 Jahre

ZIV

Das ZIV – Zentrum für integrierte Verkehrssysteme – in Darmstadt bietet konzeptionelle Verkehrsuntersuchungen sowie lokale Lösungen für den Fuß-, Rad-, öffentlichen und den Kfz-Verkehr an. Kunden sind größere Kommunen, private Unternehmen sowie Aufgabenträger des Verkehrs, überwiegend aus dem Rhein-Main-Gebiet. Viele der 27 Mitarbeiter*innen haben an der TU Darmstadt oder der Hochschule Darmstadt studiert. Geschäftsführer ist Stephan Kritzingler.

www.ziv.de

25 Jahre

RESTPOSTEN24

Gründer und Geschäftsführer Markus Filler betreibt mit seinem Team weltweit 15 B2B-Handelsportale für Restposten und Waren aus Insolvenzen. Die Händler*innen können unter mehr als 155.000 Artikeln wählen – etwa aus den Rubriken Computer, Lebensmittel oder Haushaltsgeräte. Am Firmensitz in Ginsheim beschäftigt das Unternehmen acht Mitarbeiter*innen.

www.restposten24.de

25 Jahre

OBJEKTGESELLSCHAFT DER 24PLUS SYSTEMVERKEHRE

Michael G. König betreibt das Unternehmen in Erzhausen, das Logistikanlagen errichtet und diese an die Speditions- und Logistikkoooperation 24plus vermietet. 24plus transportiert europaweit Stückgut, darunter auch Gefahrgutsendungen.

www.24plus.de



Christian Rose (Geschäftsführer sgd, von links), IHK-Hauptgeschäftsführer Robert Lippmann, IHK-Geschäftsbereichsleiter Aus- und Weiterbildung Dr. Marcel Walter sowie Tobias Domke (Geschäftsführer sgd).
Foto: Klaus Mai

75 Jahre

STUDIENGEMEINSCHAFT DARMSTADT

Die sgd – Studiengemeinschaft Darmstadt – ist ein führender Anbieter von Fernlehrgängen für Erwachsene. Gründer Werner Kamprath hatte die Vision, allen die Chance auf Bildung zu ermöglichen. Mithilfe von mehr als 220 Mitarbeiter*innen und mehr als 400 externen Lehrkräften bietet die sgd heute 325 staatlich geprüfte Fernkurse an. Diese sind breit gefächert – von der Weiterbildung zum* staatlich geprüften Betriebswirt*in oder Fachinformatiker*in bis zum Abitur. Studienmaterialien werden ergänzt durch Präsenz- und Onlineveranstaltungen sowie eine individuelle Betreuung durch die Fernlehrer*innen. Im Onlinecampus können sich Lernende untereinander vernetzen, austauschen und weiterführende Informationen zu ihrem Fernlehrgang finden. 60.000 Teilnehmer*innen bilden sich jährlich bei der sgd weiter; seit der Gründung waren es über eine Million. Das Darmstädter Bildungsunternehmen, das von Tobias Domke und Christian Rose geleitet wird, ist Teil der Klett-Gruppe.

www.sgd.de



DER NEUE VOLL- ELEKTRISCHE eCITAN.

Feels giant.

Außen voll kompakt, innen voller Energie. #FeelsGiant
Erfahren Sie mehr bei Ihrer Mercedes-Benz Niederlassung
Darmstadt oder unter [mercedes-benz.de/ecitan](https://www.mercedes-benz.de/ecitan)

Jetzt Beratungstermin vereinbaren

Telefon 06151 395-115





Eine Grundsatzvereinbarung unterzeichneten Hidetoshi Kumashiro (links, Executive General Manager Suzuki) und Tomohiro Fukuzawa, Chief Executive Officer von SkyDrive.
Foto: Suzuki

FLIEGENDE AUTOS ALS MOBILITÄTSLÖSUNG DER ZUKUNFT

Die Vision, dass Menschen den Luftraum zur täglichen individuellen Fortbewegung nutzen, verfolgen die japanischen Unternehmen Suzuki und SkyDrive. Der Autohersteller mit Deutschland-Sitz in Bensheim hat dafür mit dem Entwickler von Frachtdrohnen und Flugautos kürzlich eine Grundsatzvereinbarung unterzeichnet. Die Produktion der fliegenden Autos soll im Frühjahr 2024 im japanischen Suzuki-Werk beginnen. Neben den drei Produktbereichen Automobile, Motorrad und Marine will Suzuki künftig auch den Luftraum als Geschäftsfeld erschließen mit dem Ziel, Individualverkehr und umweltfreundliche Mobilität miteinander zu verbinden. Bei der Weltausstellung Expo 2025 plant SkyDrive in der Bucht von Osaka einen fliegenden Autodienst anzubieten. Das Unternehmen ist das einzige, das in Japan schon erfolgreich bemannte Testflüge durchgeführt hat und nun als Mitglied des japanischen öffentlich-privaten Rates für fortschrittliche Luftmobilität an der Entwicklung einer entsprechenden Technologie für den individuellen Luftverkehr arbeitet. Die Frachtdrohnen von SkyDrive, die bis zu 30 Kilogramm Nutzlast tragen können, werden bereits auf japanischen Baustellen eingesetzt.

www.suzuki.de

MEHRWEGVERPACKUNGEN FÜR E-BIKES UND KLEINTEILE

Als eine der ersten Firmen in der Fahrrad-Branche nutzt Riese & Müller für den Versand zukünftig Mehrwegverpackungen. Der Hersteller von E-Bikes und Cargo-Bikes mit Sitz in Mühlthal hat die wiederverwendbaren Verpackungen mit den deutschen Herstellern Circular logistics und Rhinopaq entwickelt. Die Bike-Boxen bestehen zu 100 Prozent aus dem langlebigen, widerstandsfähigen und leicht recycelbaren Material Polypropylen, sie können bis zu 30-mal wiederverwendet werden und werden komplett in Deutschland produziert. Im Vergleich zu herkömmlichen Verpackungen werden rund 80 Prozent CO₂ eingespart. Beim Versand von Kleinteilen verwendet Riese & Müller zukünftig faltbare Verpackungen, die zu 60 Prozent aus Rezyklat bestehen und bis zu 20-mal wiederverwendet werden können. Die Boxen werden mit einem Klettverschluss anstatt mit Klebeband verschlossen. Bis Anfang 2024 sollen bis zu 60 Prozent der E-Bike-Verpackungen und bis zu 70 Prozent der Verpackungen im Kleinteileversand auf Mehrweg umgestellt werden. Damit will Riese & Müller gemeinsam mit seinen Fachhändler*innen das Abfallaufkommen im Handel um 905 Tonnen Kartonage pro Jahr reduzieren und so einen Beitrag für mehr Nachhaltigkeit leisten.

www.r-m.de



Die Mehrwegverpackung kann bis zu 30 Mal wiederverwendet werden. Foto: Riese & Müller



Dr. Tim Becker ist Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz, Notar und Partner der MOOG Partnerschaftsgesellschaft, Darmstadt



Anwaltskollege KI? Den Menschen wird er in der juristischen Beratung nicht ersetzen können.

ChatGPT: Ende des Denkens oder Anfang der Freiheit?

ChatGPT ist in aller Munde – mal bejubelt als Zukunft der Textarbeit, mal abgetan als gefährliche Technikspielerei. Das Online-Werkzeug generiert Texte mithilfe von Künstlicher Intelligenz (KI). Dafür füttern Menschen es mit frei verfügbaren Textdateien. Algorithmen befähigen es, große Datenmengen für neue Texte zu sichten und zu verarbeiten. Nach dem Deep-Learning-Prinzip soll es immer besser werden, je länger es läuft.

Ist das möglich: Eine KI, die Rechtsanwälten die Arbeit abnimmt und an ihrer Stelle Mandanten berät? Ein virtuelles Etwas, das in realen Streitfragen zurate gezogen wird? Für Kanzleien lohnt es sich auf jeden Fall, die Möglichkeiten und Grenzen von ChatGPT abzuwägen. Denn Tests zeigen: ChatGPT ist eloquent und kann Fragen gut formuliert und kreativ beantworten, wobei es zum Ausschweifen neigt. Je genauer die Fragen, desto besser der generierte Text. Als Formulierungshilfe zur Beantwortung allgemein rechtlicher Fragestellungen, Erläuterung von Verfahren und auch für Präsentationen oder Vertragsentwürfe ist es durchaus geeignet.

Präzise und juristisch fundierte Antworten sind jedoch etwas anderes. Hier hat ChatGPT (noch) große Schwächen, schießt oft kreativ übers Ziel hinaus, was kürzlich ein New Yorker Anwalt schmerzlich erfahren hat: Seinen bei Gericht eingereichten Antrag hatte er mit ChatGPT entwickelt – mitsamt Nennung von sechs Urteilen, die es schlichtweg nicht gab. Bei juristischen Fachfragen oder gar kurzen Fällen liefert ChatGPT zum Teil falsche Antworten und zitiert nicht existente Quellen. Es kann bei juristischen Recherchen unterstützen – den Wahrheitsgehalt des Ergebnisses muss der Nutzer aber selbst verifizieren. Unverzichtbar ist und bleibt in der Beratung aber die Begegnung von Angesicht zu Angesicht.

Urheberrecht und Haftungsansprüche ungeklärt

Künftig wird die Qualität der Antworten sicher steigen – auch durch die zunehmende Fülle verfügbarer Daten und nicht zuletzt die Inhalte juristischer Datenbanken. Mehrere Aspekte sind jedoch in Sachen KI-basierter Texte noch ungeklärt – etwa Fragen nach dem Urheberrecht oder Haftungsansprüchen, die aus falschen oder fehlerhaften Angaben in mit KI-basierten Texten hervorgehen. Stichwort Kennzeichnungspflicht: Aktuell können mit KI generierte Texte ungekennzeichnet veröffentlicht werden, was sich nach dem Entwurf für eine europäische Verordnung zur Festlegung harmonisierter Vorschriften für künstliche Intelligenz (KI-VO-E) auch nicht ändern soll.

Bleibt als Erkenntnis: ChatGPT eröffnet zwar Möglichkeiten für den Beratungsalltag, bringt jedoch ebenso viele rechtliche Herausforderungen und offene Fragen mit. Was das KI-Tool übrigens selbst so sieht. Auf die Frage der Überschrift dieses Beitrags antwortet es erneut ausführlich – mit dem Fazit: „Letztendlich liegt es an der Kanzlei und den Anwälten, wie sie ChatGPT in ihre Arbeit integrieren. Eine vernünftige Nutzung kann die Arbeit erleichtern, jedoch sollte dabei stets die menschliche Expertise und Verantwortung im Vordergrund stehen. Die Technologie kann als wertvolles Werkzeug betrachtet werden, das die Freiheit der Anwälte erweitern kann, aber sie darf nicht als alleinige Grundlage für die Rechtsberatung dienen.“

www.moogpartner.de

MOOG PARTNERSCHAFTSGESELLSCHAFT mbB
STEUERBERATER | RECHTSANWÄLTE | WIRTSCHAFTSPRÜFER | NOTARE



Fotos: Kunzmann



AUTOHAUS KUNZMANN INVESTIERT 20 MILLIONEN EURO IN BÜTTELBORN

Vor rund zehn Jahren hat das Autohaus Kunzmann mit Hauptsitz im unterfränkischen Aschaffenburg den Mercedes-Benz-Partner Nold in Groß-Gerau übernommen. Da ein Wachstum an dieser Stelle nicht möglich war, ist das Unternehmen nun nach Büttelborn umgezogen. Am neuen Standort, der seit August geöffnet hat, ist für rund 20 Millionen Euro auf einer Fläche von rund 31.000 Quadratmetern ein Servicebetrieb entstanden. Innerhalb von 22 Monaten wurden dort Ausstellungsflächen, Werkstätten für Pkw und Nutzfahrzeuge sowie Lagerflächen

errichtet. Die Werkstätten sind darauf ausgelegt, dass dort perspektivisch neben Verbrenner- und Elektro-Autos auch solche mit Wasserstoff-Antrieb repariert werden können. Beim Bau wurde auf Nachhaltigkeit und Umweltverträglichkeit geachtet: So kommt der Betrieb künftig ohne fossile Brennstoffe aus, die Dachflächen wurden für Fotovoltaikanlagen genutzt. Das Autohaus Kunzmann ist ein inhabergeführtes Traditionsunternehmen und wurde 1935 als Mercedes-Benz-Vertretung gegründet. Es hat einen Jahresumsatz von mehr als 590 Millionen Euro und beschäftigt an zehn Standorten mehr als 1.000 Mitarbeiter*innen sowie fast 200 Auszubildende und dual Studierende.

www.kunzmann.de

soul-of-hessen.de



Andreas Widl, CEO des weltweit tätigen Samson-Konzerns wechselt mit seinem ganzen Unternehmen die Main-Seite. Weil in Offenbach einfach mehr Zukunft steckt.

Future OF Business

Offenbach
am Main



Offenbach
am Main

Soul **OF** Hessen



DIGITALE INFOWAND FÜR BÜRGERNÄHE UND STADTMARKETING

Bürger und Gäste können sich in Pfungstadt jetzt rund um die Uhr über das neue digitale Gemeindeboard informieren. Es steht vor dem Stadthaus 1, ist mit Outdoor-Touch-Technik ausgestattet und bietet einen interaktiven Stadtplan mit zahlreichen Verlinkungen. Einrichtungen, Vereine und ortsansässige Unternehmen können sich auf der interaktiven Informationswand präsentieren, und tagesaktuelle Nachrichten sind in mehreren Sprachen abrufbar. Die Pfungstädter Firma Koke hat das digitale Gemeindeboard entwickelt und in Kooperation mit der Kommune im August als Pilotprojekt in Betrieb genommen. Das Unternehmen kümmert sich um die Finanzierung, Realisierung und die laufende Betreuung und will die digitale Informationsplattform im öffentlichen Raum auch in anderen Städten und Gemeinden etablieren. So sollen kommunale Verwaltungen entlastet, das Stadtmarketing digital unterstützt und Bürger-nähe gefördert werden. Die Firma Koke ist ein inhabergeführtes Unternehmen, das seit 2011 besteht und auf Digital Signage spezialisiert ist. Außerdem bietet es LED-Lösungen aller Art und Größe im Innen- sowie Außenbereich an.

www.koke.gmbh



Das digitale Gemeindeboard bietet Infos zu Stadt und Gewerbe – rund um die Uhr.
Foto: Koke

Design – Bau – Service

Immobilien mit System

TIGZ WILL DEN INNOVATIONS- UND GRÜNDERGEIST DER REGION FÖRDERN

Nachhaltige und innovative Konzepte sollen schneller marktreif und Gründer*innen soll der Start ins Unternehmertum erleichtert werden. Das sind die Ziele des neuen Accelerator-Programms EcoGPact im Technologie-, Innovations- und Gründungszentrum (TIGZ) in Ginsheim-Gustavsburg. Das TIGZ besteht seit 1998 als Start-up-Hub und hat sich als Schwerpunkte Nachhaltigkeit, Green Technology und Klimaneutralität gesetzt. Für das Programm wurden Gründer*innen gesucht, die mit ihren Konzepten einen realen Impact, eine deutliche Wirkung, erzielen wollen. Aus mehr als zwei Dutzend Bewerbungen hat das Team des TIGZ sieben Konzepte ausgewählt. EcoGPact ist ein zwölfwöchiges kostenloses Intensivprogramm, in dem die Teilnehmer*innen mit allen Infos rund um das Thema Unternehmensgründung versorgt werden. In Workshops wird den Start-ups mithilfe von Expert*innen alles an die Hand gegeben, um Ende Oktober 2023 ihr ausgereiftes Konzept vor hochkarätigen Investor*innen und Business Angels präsentieren zu können. Das Programm will die persönliche Entwicklung der Teilnehmer*innen fördern und sie bestmöglich auf den finalen Pitch vorbereiten, der im besten Fall mit einem Investment für die Start-ups endet.

www.tigz.de



Landrat Thomas Will (kniend), daneben TIGZ-Geschäftsführerin Dr. Petruța Tătulescu. Foto: Kreisverwaltung Groß-Gerau



Dominik Spancken hat seine Dissertation erfolgreich verteidigt. Foto: h_da/Markus Schmidt

BUNDESWEIT ERSTER DOKTOR DER NACHHALTIGKEITS-WISSENSCHAFTEN

Dominik Spancken darf bald den Titel »Dr. rer. sust.« führen – die Abkürzung steht für Doctor rerum sustentantium: Als erster Doktorand hat er im 2019 gegründeten Promotionszentrum Nachhaltigkeitswissenschaften der Hochschule Darmstadt (h_da) seine Dissertation erfolgreich verteidigt. Die h_da ist die erste und bundesweit einzige Hochschule, die diesen Dokortitel verleiht. Sie möchte damit das Signal senden, dass es für den gesellschaftlichen Wandel hin zu mehr nachhaltigem Bewusstsein die fähigsten Köpfe braucht, um aus der Wissenschaft heraus die nachhaltige Transformation zu unterstützen. Dabei liegt der Fokus auf interdisziplinärer Forschung, um übergreifende Fragestellungen zu bearbeiten, die typisch sind für Nachhaltigkeitsdiskurse. Dominik Spancken hat zu nachhaltigen Recycling-Kunststoffen promoviert. In seiner Doktorarbeit hat er untersucht, wie sich konventionelle Kunststoffe in stark beanspruchten Bauteilen elektrischer Haushaltsgeräte durch Recycling-Kunststoffe ersetzen lassen. So zeigt er, dass der Basisträger einer Geschirrspülmaschine bei nahezu gleichbleibender Qualität aus sogenannten Rezyklat-Kunststoffen hergestellt werden kann. Bei ihrer Produktion sind bis zu zwei Drittel weniger Energie nötig.

www.h-da.de

Umschalten: Hessen gibt Strom

Alle kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) in Hessen gehören zu den Champions. Denn sie haben in der Energiekrise gezeigt: Sie können Energieeffizienz. 2022 reduzierten sie ähnlich wie die privaten Haushalte ihren Gasverbrauch. Nun aber gilt es, die technische Transformation für die Elektrifizierung anzupacken.

Hessen hat sich parteiübergreifend das Ziel gesetzt, bis 2045 klimaneutral zu werden. Die Landesverwaltung geht voran und wird bereits 2030 CO₂-frei wirtschaften. Für diese Ziele sind alle KMU aufgerufen, auf fossile Brennstoffe zu verzichten. Die Richtung ist klar: Alle Prozesse lassen sich künftig elektrifizieren und wettbewerbsfähig betreiben.

Entsprechende Technologien sind vorhanden. Allerdings bedeutet die Elektrifizierung für viele KMU, dass sie in den Kauf neuer Maschinen, die Sanierung von Gebäuden und Neugestaltung ihrer Prozesse investieren müssen. Unter-

stützt werden können sie hierbei durch staatliche Beihilfen. Im Landesprogramm „Produktionsintegrierter Umweltschutz“ (PIUS) übernimmt Hessen bis zu 40 Prozent der förderfähigen Investitionskosten.

Elektrifizierung rechnet sich

Die Elektrifizierung rechnet sich auch wegen der CO₂-Steuer, die auf alle fossilen Energien zu entrichten ist. Im Jahr 2024 wird sie 45 Euro betragen und könnte 2026 auf bis zu 65 Euro pro Tonne CO₂ steigen. Für Heizöl alleine beträgt dann die Steuer rund 0,17 Euro pro Liter. Allerdings erzeugt man mit einem Liter Heizöl nur etwa 10 Kilowattstunden (kWh) Wärme. Nutzt man eine Wärmepumpe, erhält man aus nur 2,5 kWh Strom schon 10 kWh Wärme. Erzeugt ein KMU den

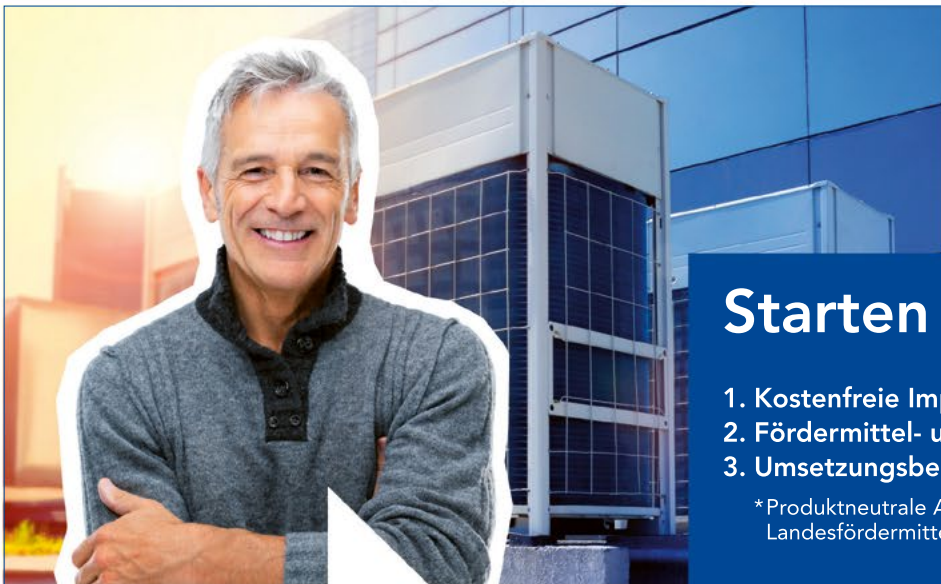
Strom mit einer PV-Anlage, kostet das lediglich 0,08 Euro pro kWh. Für 10 kWh Wärme betragen die Gesamtkosten also nur 0,20 Euro.

Starten Sie mit einer kostenfreien Impulsberatung

Zugegeben: Solche Beispielberechnungen sind kompliziert. Jedoch lassen sich für alle Prozesse in KMU solche Vergleichsrechnungen aufstellen. Sie zeigen, dass die Elektrifizierung mittelfristig günstiger ist als fossile Energieträger. Die erfahrenen Energieberatern der LEA Hessen Energieberatung für Unternehmen kennen die aktuellen technischen Innovationen, verfügen über Branchenwissen und gestalten mit den KMU ihre individuelle Transformation auf dem Weg zur Klimaneutralität. Sie beraten produktneutral, schreiben Gutachten für die Anträge und begleiten die Umsetzung. Die Impulsberatung vor Ort ist kostenfrei. Für nachfolgende Beratungen gibt es Zuschüsse.

ENERGIEBERATUNG

FÜR UNTERNEHMEN



Starten Sie mit uns

1. Kostenfreie Impulsberatung
2. Fördermittel- und Expertenwahl*
3. Umsetzungsbegleitung bei Ihren Investitionen*

* Produktneutrale Auswahl aus EU-, Bundes- und Landesfördermitteln

Jetzt anrufen: 0 61 07 / 9 65 93-70
E-Mail: energieberatung@rkw-hessen.de
www.energieeffizienz-hessen.de

Ich schalte jetzt um

Energieverbrauch **reduzieren**
Strom **produzieren**
Systeme **kombinieren**

Finanziert von

HESSEN



Hessisches Ministerium
für Wirtschaft, Energie,
Verkehr und Wohnen

Umgesetzt durch



RKW
Hessen





Eine Produktionsanlage von Merck im US-Bundesstaat Kansas.
Foto: Merck

MERCK INVESTIERT IN PRODUKTION FÜR ZELLKULTURMEDIENTEN

Das Wissenschafts- und Technologieunternehmen Merck aus Darmstadt erweitert seine Kapazitäten im Werk Lenexa im US-Bundesstaat Kansas. Künftig stehen dort zusätzliche 9.100 Quadratmeter an Fläche für Labore und die Herstellung von Zellkulturmedien zur Verfügung. Damit avanciert Lenexa in Nordamerika zur größten Produktionsstätte von Merck für Trockenpulvermedien. Die Investition von 23 Millionen Euro wurde begründet als strategische Maßnahme zur Erweiterung und Diversifizierung der Lieferkette, um die aktuelle und zukünftige Nachfrage nach Zellkulturmedien zu decken. Zellkulturmedien sind ein essenzieller Rohstoff für die Herstellung lebensrettender Therapien und kommen bei verschiedensten Prozessen wie der Impfstoffherstellung, Gentherapie und Herstellung monoklonaler Antikörper zum Einsatz. Aufgrund ihrer zentralen Bedeutung für die biotechnologische Produktion bedarf es einer kontinuierlichen Versorgung mit hochwertigen Medien, damit die erforderliche Konzentration und Proteinqualität für Therapeutika erzielt werden können. Mit den strategischen Erweiterungsinvestitionen in neue Produktionslinien für Trockenpulvermedien in Lenexa und Nantong, China, steigert das Unternehmen sowohl seine lokalen als auch globalen Produktionskapazitäten.

www.merckgroup.com

FERIENGÄSTE BLEIBEN LÄNGER IM ODENWALD

Eine gute Nachricht für den Odenwaldkreis als Tourismusdestination: Die Zahl der Übernachtungen im Juli 2023 hat im Vergleich zum Vorjahresmonat um 20,3 Prozent zugenommen. Das teilte das Hessische Statistische Landesamt mit. Landrat Frank Matiaske, der auch Vorsitzender des Touristik-Service Odenwald-Bergstraße sowie Aufsichtsratsvorsitzender der Odenwald Tourismus GmbH ist, sieht die »reizvolle Natur« und die »kulturellen Schätze« als Gründe für die gestiegene Attraktivität. Registriert wurden 48.569 Übernachtungen. Bemerkenswert ist, dass aber auch im Odenwaldkreis die Zahl der Gäste abnahm, wenn auch der Rückgang mit einem Minus von 6,3 Prozent auf 13.970 Gäste moderater ausfiel als der in Hessen (minus 10,3 Prozent). Zugleich blieben die Gäste aber länger als zuvor, weshalb die Gesamtzahl der Übernachtungen klar anstieg. Nach Angaben von Odenwald-Touristik liegt die tatsächliche Gesamtzahl der Übernachtungen aber deutlich höher. Denn in der Statistik aus Wiesbaden werden nur Übernachtungsmöglichkeiten ab zehn Betten aufgeführt. Jedoch seien gerade Ferienwohnungen und -häuser mit einer geringeren Bettenzahl im Odenwald bei den Buchungen sehr begehrt.

www.bergstrasse-odenwald.de

www.ihk.de/darmstadt

→ Nr. 7604



Das Erbacher Schloss ist ein Anziehungspunkt für Touristen.
Foto: Carolin Kirschner



Lässig installiert ein zertifiziertes Umweltmanagementsystem.
Foto: Lässig

LÄSSIG LÄSST SICH ZERTIFIZIEREN

Das Familienunternehmen Lässig aus Babenhausen führt unternehmensweit ein Umweltmanagement nach DIN EN ISO 14001 ein. Ziel ist es, Umweltauswirkungen durch die eigene Geschäftstätigkeit effektiv zu minimieren, Abfall und Emissionen zu reduzieren und Ressourcen zu schonen. Anfang Juni 2023 unterzog sich der Anbieter von Lifestyle-Produkten für Babys, Kinder, Eltern und Haustiere erfolgreich einem Zertifizierungsaudit. Um die Umweltleistungen eines Unternehmens transparent, messbar und nachvollziehbar zu machen, eignet sich ein zertifiziertes Umweltmanagementsystem. Lässig arbeitet seit mehr als 16 Jahren an nachhaltigen Themen. Bereits 2017 wurden die »6 Säulen der Nachhaltigkeit« fest in der Unternehmensstrategie implementiert. Neben der Einführung eines Code of Conduct (2015), der ISO-9001-Zertifizierung (2017) sowie der GOTS- und OEKO-TEX-Zertifizierung (2018) wird mit der Zertifizierung nach ISO 14001 die auf Nachhaltigkeit ausgelegte Gesamtausrichtung des Unternehmens konsequent fortgesetzt. Ein wesentlicher Bestandteil des mehrjährigen, kontinuierlich auf Verbesserung ausgerichteten Prozesses besteht darin, quantitative Ziele zu erreichen und diese einem kritischen Monitoring zu unterziehen. Durch die Zertifizierung haben die unternehmerische Umweltbilanz sowie die Berechnungen und Maßnahmen zur Verringerung des CCF (Corporate Carbon Footprint) einen verlässlichen Rahmen bekommen. Bereits seit Längerem unterstützt Lässig zudem Umwelt- und Nachhaltigkeitsprojekte auf freiwilliger Basis. Das Unternehmen strebt kurz- und mittelfristig an, die Auswirkungen in den Bereichen Materialeinsatz sowie Logistik und Transport weiter zu reduzieren.

www.laessig-fashion.de

ALLES AUS EINER HAND VON DER PLANUNG BIS ZUM BETRIEBSGEBÄUDE

BÜHRER + WEHLING



BÜHRER+WEHLING
Die Kraft einer starken Lösung





»WER SIND WIR UND WO WOLLEN WIR HIN?«

Vom Erfolg der Darmstädter »Lilien« profitieren Stadt und Region. Der zweite Aufstieg in die Erste Fußball-Bundesliga innerhalb von acht Jahren folgt einem Plan, zu dem auch eine wichtige Positionsbestimmung des Vereins zählt: 2021 hat der SV Darmstadt 98 ein Leitbild verabschiedet, das auch dazu animiert, mutig in die Zukunft zu blicken. Der Claim »Aus Tradition anders« läuft aus. In den Vordergrund rücken andere Werte.

TEXT Patrick Körber

Die Fans waren nicht mehr zu halten, als die Mannschaft des SV Darmstadt 98 in der vergangenen Saison den Aufstieg am heimischen Böllenfalltor perfekt machte.
Foto: imago-images.de/HMB-Media

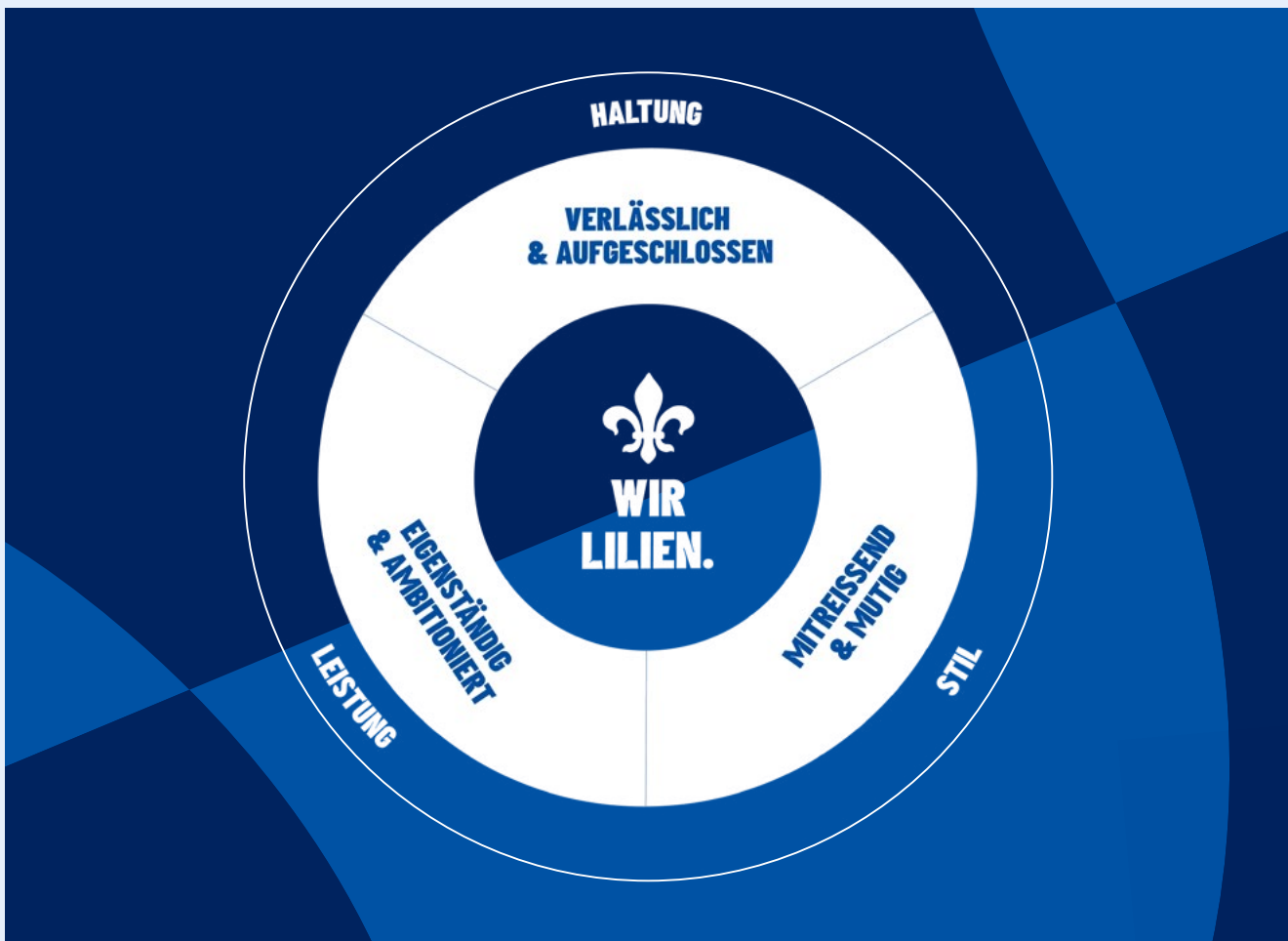
Als Darmstadt-98-Präsident Rüdiger Fritsch auf der Sponsorenveranstaltung der »Lilien« Anfang August die vorzeitige Vertragsverlängerung mit Trainer Torsten Lieberknecht verkündete, war das noch mehr als das starke Bekenntnis zu dem Erfolgscoach, der die »Lilien« zurück in die Erste Bundesliga führte. Es war ein weiterer Beleg für die langfristige und nachhaltige Planung, die der Verein verfolgt. Für die Erfolgsgeschichte, die mit dem Durchmarsch von der Dritten in die Erste Liga mit der Saison 2013/14 begann, gibt es verschiedene Erfolgsfaktoren. Als wesentlichen Faktor nennt »Lilien«-Geschäftsführer Michael Weilguny die Konstanz bei den handelnden Personen: »Unser Präsidium ist in der heutigen Konstellation seit über zehn Jahren zusammen.« Auch Weilguny selbst gehört zu den starken Konstanten und ist bereits seit 2010 Geschäftsführer. Seit drei Jahren unterstützt ihn der ehemalige Fußballprofi Martin Kowalewski als Geschäftsführer mit dem Schwerpunkt Marketing und Vertrieb.

In seine Zeit fällt der Leitbild-Prozess, den sich der Verein verordnet hat. Ein weiterer wichtiger Pfeiler in der Strategie und Weiter-

entwicklung des Vereins. »Wir haben viele Mitarbeiter*innen, die schon sehr lange bei uns sind. Es sind aber in den letzten Monaten und Jahren auch viele neue Mitarbeiter*innen zu uns gestoßen. Jeder hatte etwas anderes im Kopf, was Darmstadt 98 ist«, beschreibt Kowalewski die Ausgangslage. »So ergab sich das Bedürfnis einer Positionsbestimmung: Wer sind wir und wo wollen wir hin? Wo stehen wir in der Wachstumsphase zwischen ‚Altes bewahren‘ und gleichzeitig den Blick nach vorne zu richten? Für uns war das ein interessanter Prozess, festzuschreiben, wohin die Reise geht.«

Der Markenkern ist »Wir Lilien«

Der Doppel-Claim »Wir Lilien. Aus Tradition anders« enthielt zudem zwei Botschaften und war damit nicht eindeutig. Deswegen hat man sich bewusst dagegen entschieden, ihn konsequent fortzuführen und in das Leitbild zu übernehmen. »Inhaltlich haben wir das Gefühl, dass ›Wir Lilien‹ den Markenkern des Vereins besser erfasst. Darin stecken Gedanken wie Toleranz oder die Kraft der Gemeinschaft«, sagt Kowalewski.



Drei Werte hat der SV Darmstadt 98 für sein Leitbild herausgearbeitet, die in einem Kreisdiagramm dargestellt sind. Grafik: SV Darmstadt 98

»Wichtig war uns, dass die Mitarbeiter*innen eingebunden sind«, blickt Michael Weilguny auf den Leitbild-Prozess zurück. »Ehrenamtler, Fans, Mitglieder, Präsidium, Mitarbeiter*innen, Trainer und Trainer-team saßen gleichberechtigt an einem Tisch.« Sie zusammen, also alle relevanten Gruppen des Vereins, haben das gemeinsame Vereinsleitbild entwickelt. Es fußt auf den Vereinswerten »verlässlich und aufgeschlossen« (Haltung), »eigenständig und ambitioniert« (Leistung) sowie »mitreißend und mutig« (Stil). Was sowohl in der Vision als auch in der Mission des Vereins deutlich heraussticht: »Wir wollen uns mit wirtschaftlicher Stabilität langfristig in der Spitzengruppe der Zweiten Bundesliga etablieren und die Top 20 im deutschen Profifußball herausfordern.«

Genau hier stehen die »Lilien« heute. In seiner Mission unterstreicht der Verein außerdem »die gesellschaftliche Verankerung innerhalb unseres Vereinslebens«, was zum Beispiel die Breitensportsparte einschließt. Und ebenso ist festgeschrieben, dass man für gesellschaftliche Offenheit und Toleranz kämpft und sich »an den Interessen unserer Mitglieder und Fans« orientiert. Auch hier ist zu erkennen, dass der Leitsatz »Wir Lilien« Verein und Umfeld umfasst. Der Claim und das Leitbild greifen damit eine Haltung auf, die dem Verein immer schon wichtig war und die sich auch im Tun der »Lilien« erkennen lässt. So beispielsweise die Sozialkampagne »Im Zeichen der Lilie«, die bereits seit 2012 läuft: Mittlerweile kommen jährlich sechsstelligen Spendenbeträge zusammen, mit denen Projekte in der Region unterstützt werden.


Fokus auf Nachhaltigkeit

Zur selbst erklärten Vorbildfunktion gehört für den Verein auch das Thema Nachhaltigkeit, das Martin Kowalewski besonders wichtig ist. »Wir verstehen Nachhaltigkeit als sinnvolle Vernetzung von Sozialem, Ökologischem und Ökonomischem in all unseren abteilungs- und vereinsübergreifenden Aktivitäten«, heißt es im Leitbild. Die Vereine der Bundesliga haben sich darauf verständigt, den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen (SDGs – Sustainable Development Goals) zu folgen. Die »Lilien« fokussieren sich im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsstrategie, die im Leitbild verankert ist, auf Verbesserungen in den Bereichen Mobilität, Energie, Soziales, Bildung und Fair Trade.



Relevanz und Zukunftsfähigkeit für Ihr Unternehmen

Als strategische Designagentur entwickeln wir starke Marken und digitale Anwendungen, die in Zeiten des Wandels nachhaltig Wirkung entfalten und begeistern. Mit unserem erfahrenen Team aus Strategie, Design und Technologie steigern wir seit mehr als 20 Jahren den Wert zukunftsorientierter Unternehmen.

 **Gemeinsam Großartiges erreichen? Jetzt kostenlose Erstberatung vereinbaren!**

- Markenstrategie
- Zukunftsbild
- Corporate Identity
- Corporate Design
- Nachhaltigkeitskommunikation
- Kampagnen
- User Experience Design
- Websites
- Apps



Building Brands. Making Friends.

»Es war ein völlig offener Prozess«, resümiert der kaufmännische Geschäftsführer Weilguny die Entwicklung des Leitbilds. Damit das neue Leitbild nicht abstrakt bleibt, hat jede Abteilung des Vereins die wichtigsten Passagen daraus für sich übersetzt. »Was heißt ›ambitioniert‹? Das meint zum Beispiel, dass sich jede Abteilung auch ein ganz konkretes Ziel setzt«, sagt Kowalewski.

Damit das Leitbild stets präsent bleibt, ist es unter anderem Teil der regelmäßigen Onboarding-Veranstaltungen für neue Mitarbeiter*innen der 98er. Ohnehin sehen beide Geschäftsführer das Leitbild als wichtigen Teil des Employer Branding. »Auch wir stehen vor der Herausforderung, dass es schwieriger wird, Fachkräfte zu gewinnen«, sagt Michael Weilguny. Die Zahl der Bewerbungen auf ausgeschriebene Stellen sei zurückgegangen. »Hier hilft das Leitbild, unsere Werte zu erklären«, sagt er. »Uns ist wichtig, dass potenzielle Mitarbeiter*innen wissen, wofür der Verein steht. Sie müssen mit unserer Kultur zusammenpassen, sonst fällt uns das später wieder auf die Füße. Jeder, der unterschreibt, kennt auch unser Leitbild.« Und was die Zahl der Mitarbeiter*innen angeht, sind die »Lilien« mit rund 110 festen Mitarbeiter*innen wie ein mittelständisches Unternehmen aufgestellt, auch wenn sie nach wie vor – als eine der wenigen Ausnahmen der Liga – noch rein als Verein organisiert sind. Jahr für Jahr wächst der Verein um zwei bis drei Angestellte.

Um beim Personal zu bleiben, fügt sich das eine zum anderen: »Unser Trainer Torsten Lieberknecht passt

als Typ perfekt zu unserem Leitbild«, sagt Weilguny. »Er ist die Idealkonstellation. Jeder träumt von einem Trainer, der sich so seinem Verein verschreibt«, meint Kowalewski.

All die sportlichen Ambitionen im Profisport hängen daran, dass der Verein – wie im Leitbild beschrieben – nachhaltig erfolgreich wirtschaftet. Je mehr der Verein erwirtschaftet, desto mehr gibt er der Region zurück: »Wir sind integraler Bestandteil unserer Heimatstadt und unserer Heimatregion. Vor allem zur Stadt stehen wir von Anfang an in einer symbiotischen Beziehung«, heißt es unter »Unsere Mission« im Leitbild. Es lässt sich nicht alles in Heller und Pfennig übersetzen, was die »Lilien« für die Stadt und die hiesige Wirtschaft »wert« sind. Doch hat eine vom Verein beauftragte Studie im Jahr 2017 die wirtschaftliche Wertschöpfung herausgearbeitet. Die »Economic Impact Analyse« von ValuMedia beurteilt beispielsweise »bei den wirtschaftlichen Effekten die direkten Effekte, wie etwa die Personal- und Sachausgaben sowie die zusätzlichen Arbeitsplätze und Steuerabgaben, die es ohne den Verein nicht geben würde«.

Hohe Wertschöpfung durch Erste Liga

Dazu spielten aber auch die sogenannten Umwegrentabilitäten eine wichtige Rolle. »Denn durch Ausgaben jeder Art – vom Verein wie von Besuchern – die im Zusammenhang mit dem Spielbetrieb entstehen, profitiert die Region auch ›auf Umwegen‹ von dem Fußballverein. Denn jeder Euro zusätzliches Ein-

**»WAS HEISST
›AMBITIONIERT‹?
DAS MEINT ZUM
BEISPIEL, DASS SICH
JEDE ABTEILUNG
AUCH EIN GANZ
KONKRETES ZIEL
SETZT.«**



Martin Kowalewski ist seit 2020 als Geschäftsführer für Marketing und Vertrieb bei den »Lilien« zuständig. Foto: SV Darmstadt 98

»UNS IST WICHTIG, DASS POTENZIELLE MITARBEITER*INNEN WISSEN, WOFÜR DER VEREIN STEHT. SIE MÜSSEN MIT UNSERER KULTUR ZUSAMMENPASSEN, SONST FÄLLT UNS DAS SPÄTER WIEDER AUF DIE FÜSSE.«



Michael Weilguny ist seit 2012 kaufmännischer Geschäftsführer der »Lilien«. Foto: SV Darmstadt 98

kommen löst multiplikative Effekte in einer Volkswirtschaft aus«, so die Studie. Die errechnete Wertschöpfung für die Erste Liga liegt demnach bei 17,63 Millionen Euro für eine Saison. Den größten Anteil sieht die Untersuchung bei den Personalausgaben des Vereins, die zu einem konsumwirksamen Zusatzeinkommen privater Haushalte in Höhe von 13,41 Millionen Euro führen. Die Sachausgaben machen 0,53 Millionen Euro aus. Und die Besucher Ausgaben haben einen ökonomischen Effekt von 3,69 Millionen Euro. Diese Werte dürften sich in dieser Saison verbessern, weil der Verein durch seine neue Haupttribüne, seine Eventflächen und Logenbereiche ganz neue Vermarktungsmöglichkeiten hat – auch außerhalb der Spieltage. So kann man heute für Firmen- oder andere Feiern fast das ganze Stadion mit komplettem Catering buchen. Auch die weitere Professionalisierung des Vereins, etwa durch Digitalisierung, wird Effekte durch Kosteneffizienz und neue Vermarktungspotenziale zeigen.

An einem Spieltag arbeiten rund 500 Personen, meist über Dienstleister, für den Verein (Technik, Catering, Gebäudereinigung, Security usw.). Hier entsteht Wertschöpfung genauso wie im Rahmen des Stadionumbaus. Natürlich musste hier ausgeschrieben werden, doch viele Aufträge seien auch bei Betrieben aus der erweiterten Region angekommen, sagt der kaufmännische Geschäftsführer Michael Weilguny.

Die Geschäftsführerin der städtischen Marketinggesellschaft, Anja Herdel, verweist auf eine noch ältere Studie aus dem Jahr 2015, als die »Lilien« gerade ins Oberhaus der Bundesliga eingezogen waren. Es wurden Einnahmen der Tourismusindustrie in Darmstadt von rund sechs Millionen Euro pro Saison

berechnet. »Den größten Gewinn verzeichnete dabei der Gastronomiebereich mit mehr als vier Millionen Euro Umsatz. Im Transportsektor waren 1,5 Millionen Euro Umsatz auf den Fußball zurückzuführen, im Übernachtungsgewerbe gut eine halbe Million Euro Umsatz«, berichtet Herdel. Insgesamt erwirtschaftete die Tourismusindustrie in Darmstadt jährlich einen Umsatz von rund 460 Millionen Euro. Gegenüber der Zweiten Bundesliga erwartet Thilo Hanke, Vorsitzender des Dehoga-Stadt- und Kreisverbandes Darmstadt, jedoch keinen weiteren Zuwachs an Übernachtungsgästen. Es gelte: »Je weiter entfernt, desto mehr Übernachtungsgäste.«



Firmenevents



Planen Sie rechtzeitig Ihre *Weihnachtsfeier* für Ihre Mitarbeiter oder Gäste bis zu 350 Plätze

- **Großer Festsaal** eventlocation-oberwaldhaus.com
- **Kleiner Festsaal**
- **Überdachter Wintergarten**
- **Sonnenterrasse**
- **Übernachtungsmöglichkeiten**
- **Kostenlose Parkplätze direkt vor dem Haus**
- **Menüs, Büffets und Wunschmenüs**

Dieburger Str. 257
64287 Darmstadt
täglich geöffnet ab 12 Uhr
reservieren unter **06151 712266**



Cafe Restaurant
oberwaldhaus
Eventlocation



Trainer Torsten Lieberknecht bei der Siegesfeier zum Aufstieg in die Erste Liga. Foto: imago-images.de/HMB-Media

Auch die öffentliche Hand profitiert. »Schon der Aufstieg von der Dritten in die Zweite Bundesliga hatte einen leicht positiven Effekt für den städtischen Haushalt zur Folge. Ein deutlich verstärkter, positiver Effekt hat sich in den Jahren der Zugehörigkeit zur Ersten Bundesliga und auch noch im ersten Jahr nach dem Abstieg in die Zweite Bundesliga bemerkbar gemacht«, berichtet der Kämmerer der Wissenschaftsstadt Darmstadt, André Schellenberg. Die Stadt geht davon aus, dass sich der positive Effekt des jüngsten Aufstiegs zeitnah wiederholen wird. »Bei einer Zugehörigkeit des Vereins zur Ersten Bundesliga über einen mehrjährigen Zeitraum hinaus könnten die positiven Effekte für den städtischen Haushalt eine Größenordnung erreichen, die eine vollständige Kompensation des städtischen Zuschusses zur Sanierung des Stadions am Böllenfalltor ermöglicht«, setzt Schellenberg ein Ausrufezeichen.

Werbeäquivalenz von 33,7 Millionen Euro

Und dann ist da noch die Aufmerksamkeit, die Darmstadt durch den Verein erhält, die in Geld kaum zu bemessen ist. »Als wichtiger Imageträger nimmt der SV Darmstadt 98 eine bedeutende Funktion für die Stadt ein und verfügt über ein außerordentlich großes Potenzial auch für das Stadtmarketing. Der Verein verfügt aber auch über eine sehr hohe Strahlkraft in andere Branchen hinein und stärkt damit die regionale Wertschöpfung«, sagt Darmstadts Oberbürgermeister Hanno Benz. Die Geschäftsführerin des Stadtmarketings Anja Herdel ergänzt: »Der Fußballclub SV 98 gehört zur Darmstädter DNA. Durch

sein sportliches Engagement und seine jüngsten großen Erfolge fungiert der Verein als identitätsstiftender Faktor für die Wissenschaftsstadt Darmstadt und die ganze Region. Damit spielt der SV Darmstadt 98 selbstverständlich auch eine wichtige Rolle im Stadt- und Touristikmarketing.« Ähnlich sieht es auch der Hotel- und Gaststättenverband Dehoga: »In jedem Fall ist es ein Aufmerksamkeitsbonus, der über Imagekampagnen kaum zu schaffen ist, und wir sind dankbar für die Chance«, sagt Vorsitzender Thilo Hanke.

Und nimmt man die mediale Präsenz der »Lilien« im untersuchten Zeitraum der Studie von ValuMedia, entsteht für die Stadt Darmstadt über eine Saison ein Werbeäquivalenzwert von etwa 33,7 Millionen Euro. Anders gesagt: Um die mediale Präsenz Darmstadts ohne die Berichterstattung über die »Lilien« zu erreichen, müsste die Stadt 33,7 Millionen Euro für Werbung ausgeben.

Die Potenziale sind längst noch nicht ausgeschöpft. Unter anderem bei touristischen Angeboten, neuen Synergien zwischen Wirtschaft und Verein oder als Vorbild für den Breitensport sieht Marketingexpertin Herdel viele neue Möglichkeiten, die sich aus dem Erfolg der »Lilien« ergeben. »Das Crossmarketing müsste deutlich ausgebaut werden«, meint Thilo Hanke vom Dehoga und regt eine Studie der Hochschule dazu an.



Von links nach rechts: Julia McConnell, Liubov Chesnokova, Sérgio Silva und Metin Mirasyedi.

London – New York – Egelsbach

Red Dot Award 2023 Winner – PAP-THE BRAND

PAP – THE BRAND, eine Designagentur aus dem Kreis Offenbach verkündet stolz ihren jüngsten Erfolg. Sie gewinnen den reddot Award 2023, die höchste internationale Auszeichnung für Designagenturen, in der Kategorie „Brands & Communication Design 2023“.

Diese Anerkennung unterstreicht den globalen Blickwinkel von PAP und markiert einen Meilenstein in der 20-jährigen Geschichte des Unternehmens. Das Team besteht aus einer vielfältigen Gruppe von Designern aus unterschiedlichen Regionen dieser Welt. 18 Monate beschäftigte sich das PAP-Team mit dem nun prämierten Projekt.

Das spezifische Ziel dieses Projekts, welches für den Kunden Bierbaum-Proenen GmbH & Co. KG (BP) von Grund auf konzipiert wurde, bestand darin, ein Display-System zu schaffen, das an verschiedene räumliche Anforderungen angepasst werden und verschiedene Arten von Waren präsentieren kann. Um dies zu lösen, entwickelte das Team ein modulares System,

welches aus verschiedenen Grundelementen besteht, die je nach Anforderung gemixt werden können. Abgesehen von BP hat PAP seit über 15 Jahren eine bemerkenswerte Erfolgsbilanz zu verzeichnen, u. a. als vertrauenswürdige Lead-Agentur von OMEGA Watches Deutschland.

Diese jüngste Auszeichnung unterstreicht ihren Ruf in der Branche, konsequent die Erwartungen ihrer Kunden zu übertreffen und neue Standards im nationalen und internationalen Markt zu setzen. Metin Mirasyedi, der visionäre Gründer von PAP, äußerte seinen Stolz über die Erfolge des Teams und sagt: „Es geht nicht nur darum, Produkte zu gestalten, sondern ihnen einen Charakter zu verleihen“.

Während PAP weiterhin die eigenen kreativen Grenzen in Design und Entwicklung verschiebt, bleibt ihr Engagement und die Freude an jedem Projekt Teil ihrer DNA. Sie sind stolz darauf, die lebendige Gemeinde Egelsbach zu repräsentieren und freuen sich darauf, ihren Kunden weiterhin außergewöhnliche Lösungen anzubieten.

DISCOVER
NEW WORLDS

 @papthebrand
 PAP – THE BRAND
 PAP – THE BRAND
 Marketing & Design Digest

 p-a-p.de
 +49 6103 48 84 84
 info@p-a-p.de
 Boschring 12, 63329 Egelsbach



PAP



SV DARMSTADT 98 IN ZAHLEN



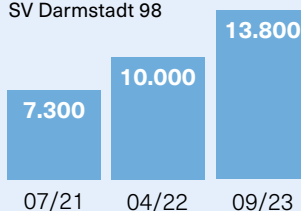
110 MITARBEITER*INNEN

beschäftigen die »Lilien« momentan – von den Spielern bis zum Physiotherapeuten.

Quelle: SV Darmstadt 98 (September 2023)

SO VIELE MITGLIEDER HABEN DIE »LILIEN«

Quelle: SV Darmstadt 98



EINNAHMEN DURCH FERNSEHGELDER IN DER SAISON 2023/24

FC Bayern München
90 Millionen Euro
(2022/23: 90,2 Mio. Euro)

Eintracht Frankfurt
74,1 Millionen Euro
(2022/23: 73,5 Mio. Euro)

SV Darmstadt 98
32,5 Millionen Euro
(2022/23: 14,6 Mio. Euro)

Quelle: Kicker (2023)



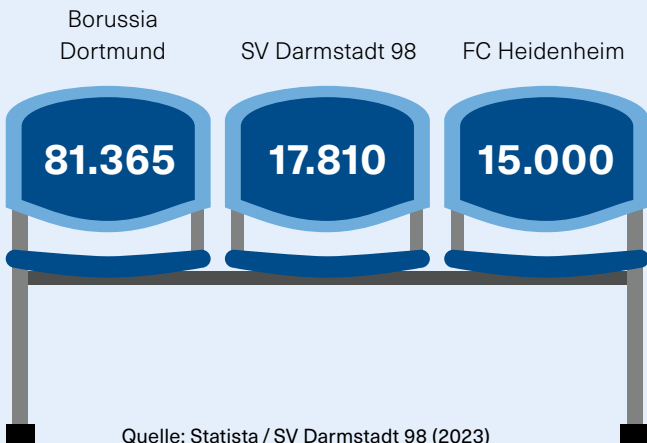
MEHR ALS 400 SPONSOREN

unterstützen den SV Darmstadt 98 finanziell – vom Premiumpartner bis zum einfachen Partner der »Lilien«.

Quelle: SV Darmstadt 98 (2023)



STADIONKAPAZITÄT



Quelle: Statista / SV Darmstadt 98 (2023)

EIN STARKES BILD FÜR DIE ZUKUNFT

Ein Leitbild ist für das Führungsverständnis innerhalb eines Unternehmens unerlässlich, meint Kommunikationsberaterin Silke Lerch. Und es ist keine Einmal-Aufgabe.

TEXT Patrick Körber FOTO Silke Lerch

Unternehmen brauchen ein Leitbild, davon ist die selbstständige Kommunikationsberaterin Silke Lerch fest überzeugt. Sie richtet dabei den Blick vor allem nach innen: »Mitarbeiter*innen müssen verstehen, wie ihre Arbeit zum großen Ganzen beiträgt.« Ziele wie Umsatz oder Gewinn zu erreichen, beruhige zwar, weil das einen sicheren, zukunftsfähigen Arbeitsplatz suggeriert. »Aber es braucht auch einen inhaltlichen Sinn, um Mitarbeiter*innen im Unternehmen zu halten«, sagt Lerch. Besonders wichtig sei ein Leitbild beim Thema »Leadership«. »Denn man kann Verantwortung nur übertragen, wenn man selbst die Ziele seines Unternehmens kennt.«

Ein Unternehmensleitbild besteht aus drei Säulen: einer Vision, einer Mission und den Unternehmenswerten. »Eine gute Unternehmensvision zeigt ein starkes Bild für die Zukunft, schafft ein »Wir-Gefühl« und ist wichtig für die klare Einordnung von Zielen, Strategien und Maßnahmen«, sagt Lerch. In der Vision wird das übergeordnete Ziel beschrieben und das, was das Unternehmen erreichen will. »Die Unternehmensmission wiederum fasst in kurzer Form das Kerngeschäft des Unternehmens zusammen. Sie zeigt den Zweck des Unternehmens und wie es seine Strategie konkret erreichen will«, erläutert die Heppenheimer Kommunikationsberaterin. In den Unternehmenswerten wird festgehalten, welche Wertvorstellungen das tägliche Tun prägen. Aber auch die Art und Weise, wie man in Teams zusammenarbeitet oder wie man mit Kunden umgeht, zählt zu den Werten eines Unternehmens.

Beim Erstellen eines Leitbildes komme es darauf an, möglichst alle Mitarbeiter*innen in einem Bottom-up-Prozess einzubinden. Den Darmstädter »Lilien« sei dies beispielsweise sehr gut gelungen, meint Lerch. Jede Abteilung dort habe ausgearbeitet, was das Leitbild für ihre Arbeit bedeutet. »Das Leitbild muss an bestimmten Punkten ganz konkret werden.« Jeder Bereich, ob Marketing oder Rechnungswesen, müsse für sich etwas ableiten können, so Lerch.

»Ein Unternehmensleitbild zu entwickeln, ist gar nicht so schwierig. Es nachzuhalten hingegen schon«, mahnt die Kommunikationsexpertin. Und hier sieht sie vor allem Führungskräfte in der Verantwortung, die das Leitbild täglich vorleben. »Ansonsten geht Glaubwürdigkeit verloren.« Sie empfiehlt beispielsweise regelmäßige Kommunikationsformate und auch Feedbackschleifen, um zu wissen: Wo muss man noch nachschärfen? Daher sei ein Unternehmensleitbild auch keine Einmal-Aufgabe, sondern ein kontinuierlicher Entwicklungsprozess.



ZUR PERSON

Silke Lerch hat mehr als 20 Jahre Berufserfahrung in der Kommunikation – in Agenturen sowie als Vorstandsberaterin und Führungskraft einer Großbank. Vor einem Jahr hat sie sich mit Nils Happich in Heppenheim als »Lerch & Happich – Kommunikation mit Charakter« selbstständig gemacht.

»ES IST WICHTIG, WERTE IM REKRUTIERUNGSPROZESS FRÜHZEITIG ZU THEMATISIEREN«

*Mit einer positiv besetzten Employer Brand (Arbeitgebermarke) fällt es leichter, Fachkräfte zu gewinnen und zu halten. Dahinter stehen Werte, die in einem Unternehmensleitbild festgeschrieben werden. Gerade bei jungen Bewerber*innen zählt heute nicht allein die Höhe des Gehalts, sondern auch Unternehmenskultur und eine sinnhafte Tätigkeit, sagt Susanne Schulz, Geschäftsführerin und Inhaberin der Personalvermittlung und -beratung Adesta.*

TEXT Patrick Körber FOTO Adesta

IHK: Frau Schulz, welchen Nutzen kann ein Unternehmensleitbild für das Employer Branding und für die Fachkräftegewinnung haben?

SUSANNE SCHULZ: Zunächst einmal vermittelt ein gutes Leitbild wichtige Werte und zeigt, wofür wir als Arbeitgeber stehen und was wir erwarten. Dadurch können Bewerber*innen schnell erkennen, ob das zu ihren eigenen Werten und Zielen passt, denn das ist enorm wichtig im Sinne der intrinsischen Motivation und der Passgenauigkeit von potenziellen Mitarbeitenden. Ein authentisches Leitbild fördert eine Kultur der Zugehörigkeit und Sicherheit und gibt Orientierung für das Verhalten und die Kommunikation aller Beteiligten – nach innen identifikationsstiftend und nach außen attraktiv positionierend. Das verringert in der Regel die Fluktuation, erhöht die Bindung und zahlt somit auf das Image eines Arbeitgebers ein.

»IDENTIFIKATION UND COMMITMENT VON MITARBEITENDEN STEHEN IM DIREKTEN ZUSAMMENHANG MIT DEN UNTERNEHMENSWERTEN.«

Susanne Schulz

IHK: Wie bringt ein Unternehmen gegenüber potenziellen Bewerber*innen seine Werte authentisch rüber?

SUSANNE SCHULZ: Zunächst einmal finde ich es unerlässlich, die Unternehmenswerte nicht »nur« zu benennen, sondern auch im Leitbild, auf der Website, in Social Media, in Gesprächen und dergleichen zu beschreiben, wie man sie täglich leben und dadurch die Unternehmenskultur gemeinsam prägen möchte. Dann ist es meines Erachtens wichtig, das Leitbild und die Werte im Rekrutierungsprozess frühzeitig zu thematisieren, um überhaupt eine Übereinstimmung für eine dauerhafte sinnstiftende Zusammenarbeit herausfinden zu können. Gute Rezensionen auf Bewertungsportalen und positive Ergebnisse bei Befragungen sind eine tolle Sache, aber letztlich das Resultat der unterschiedlichen Begegnungen. Und bei diesen bleibt entscheidend, ob wir vom ersten Kontakt an über das Onboarding und die gesamte Zusammenarbeit diese Werte integer und authentisch vorleben.

IHK: Was erwarten heutige Bewerber*innen von einem Arbeitgeber – geht's nicht doch hauptsächlich um Gehalt und die Sicherheit?

SUSANNE SCHULZ: Die Prioritäten variieren hier nach Alter bzw. Lebensabschnitt, Kultur, Branche und vieles mehr, aber ja, Gehalt und Benefits stehen immer noch bei fast allen Umfragen an erster Stelle. Mittlerweile punkten jedoch häufig Unternehmenskultur und Betriebsklima sowie Sinnhaftigkeit direkt danach und noch vor der Flexibilität (Arbeitszeit und -ort) oder den Weiterbildungsmöglichkeiten sowie Familienfreundlichkeit und Work-Life-Balance. Man weiß auch, dass gerade bei der jungen Generation die soziale und ökologische Verantwortung

und Haltung sowie das diesbezügliche Engagement der Unternehmen weit überdurchschnittlich punkten. Sinn, Werte, Nachhaltigkeit und zeitgemäße Rahmenbedingungen stehen in direktem Zusammenhang.

IHK: Wie schrecken Unternehmen ungewollt potenzielle Fachkräfte ab?

SUSANNE SCHULZ: Sehr viele Bewerber*innen schauen sich vor ihrer Bewerbung Arbeitgeberbewertungen wie beispielsweise Kununu an und bewerben sich häufig erst gar nicht, wenn diese negativ ausfallen – beispielsweise, weil nicht wertorientiert gehandelt wird oder das Betriebsklima schlecht ist. Genauso verhält es sich in Bezug auf ein möglicherweise schlechtes Image in der Öffentlichkeit. Ein langsamer oder komplizierter Bewerbungsprozess oder komplett veraltete Technologien schrecken ebenso ab. Und natürlich im Umkehrschluss zu den bereits genannten wünschenswerten Faktoren negative Aspekte wie beispielsweise unangemessenes Gehalt, unklare Karrierepfade, starre Arbeitsbedingungen, keine Familienfreundlichkeit, zu wenig Weiterbildung oder zu wenig Gestaltungsspielraum. Potenzielle Fachkräfte schauen auf einen durchgängig »roten Faden« in Bezug auf Authentizität und Glaubwürdigkeit – einer unserer Kollegen folgte uns beispielsweise einige Jahre, bevor er sich initiativ bei uns beworben hat.



ZUR PERSON

Mit ihrem Mann zusammen führt **Susanne Schulz** die 1999 von ihnen gegründete Adesta Unternehmensgruppe mit 160 Mitarbeiter*innen mit Hauptsitz in Darmstadt. Schwerpunkte sind Recruiting und Outsourcing. Susanne Schulz ist Mitglied im IHK-Lenkungskreis »Unternehmen und Verantwortung«.

Allianz 

GESUND^x

x = extra
lohnend

Eine betriebliche Krankenversicherung (bKV) der Allianz für Ihr Unternehmen: der Benefit, der für Mitarbeitende sofort wirkt – und sich für Sie sofort auszahlt.



Mehr erfahren auf allianz.de/die-bkv

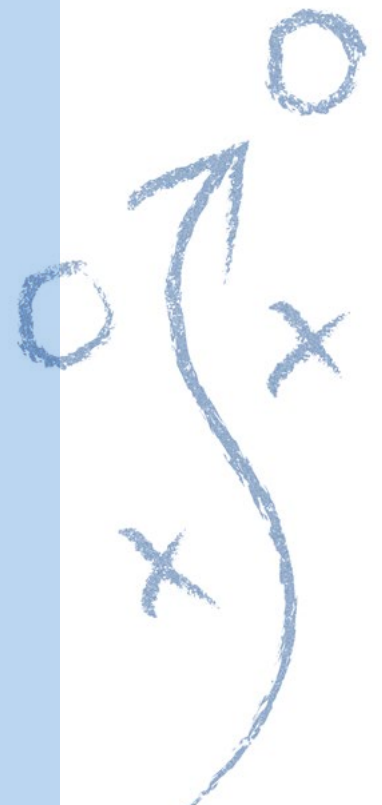


NICHT NUR DAS WAPPEN AUF DER BRUST

Fidu Brands aus Darmstadt hat das Merchandise von Vereinen mit der Entwicklung von Streetwear verknüpft. Mit Erfolg. So war die Fankollektion »Jugendstil« für den SV Darmstadt 98 nicht nur ruckzuck vergriffen – sondern brachte auch Aufmerksamkeit für das junge Team.

TEXT Matthias Voigt FOTOS Markus Schmidt

Christian Hinz (von links), Amin Ehsaei und Erdem Keles von Fidu Brands zeigen Artikel der Jugendstil-Kollektion.



Vom Babyätzchen bis zum Gartenzweig: Längst bieten Fußballvereine nicht mehr nur das klassische Fangedeck aus Trikot und Schal an. Doch waren die Bundesligisten bei der Sparte Bekleidung noch lange sehr konservativ unterwegs. Das Vereinswappen musste gut sichtbar sein, die Farben für Hoodies, Shirts und Caps orientierten sich meist an denen des Vereins.

»Wir hatten schon immer einen starken Bezug zu Sport in den USA, wo man Fanwear nicht nur im Stadion, sondern im Alltag trägt, und haben uns gedacht: Beim Merchandise in Deutschland ist noch viel Luft nach oben«, sagt Erdem Keles. Gemeinsam mit Christian Hinz ist er Geschäftsführer von Fidu Brands. Ihre ersten Erfahrungen als Textilhändler machten die Mittdreißiger mit einem Onlineshop – noch im Keller der Eltern. Im Jahr 2012 designten sie Kappen für Städte und arbeiteten sich langsam nach oben. »Die erste Zusammenarbeit im Profifußball lief mit Darmstadt 98«, sagt Keles. Die beiden Gründer kommen aus Darmstadt, »das war dann eine Herzenssache für uns«. Sie produzierten Snapbacks, also Kappen mit flachem Schirm, bestickt mit einer Lilie in 3D. »Da mussten wir noch ein wenig Überzeugungsarbeit leisten, dass die auch wirklich jemand für 35 Euro kauft«, erinnert sich Keles mit einem Schmunzeln.

Fanartikel in außergewöhnlichen Designs

Die Snapbacks verkauften sich gut, Keles und Hinz erweiterten daraufhin ihr Portfolio. Erst nahmen sie Wintermützen und Socken ins Sortiment auf, dann wagten sie 2019 den Schritt in die klassische Bekleidungssparte mit Shirts, Pullis und Hoodies. Verstärkt kamen Anfragen von anderen Vereinen der Ersten und Zweiten Bundesliga herein. In ihrem Firmensitz unweit des Darmstädter Kreuzes hängen Fanartikel, die noch in der Entwicklung sind: Socken für die Frankfurter Eintracht oder Union Berlin, eine Kappe für den VfL Bochum, ein trikotähnliches Shirt für die Schwaben vom VfB Stuttgart. Die Palette ist stark gewachsen. »70 Prozent der Erst- und Zweitligisten haben wir als Kunden«, schätzt Amin Ehsaei (35), der als CXO die Verbindung von Marke und Kundenstamm im Blick behält.

Durch die stärkere Zusammenarbeit mit Fußballvereinen und das Bedienen des Massenmarkts mussten die Geschäftsführer eine Entscheidung treffen. Die Marke »Lobster & Lemonade«, die sie 2012 gegründet hatten und die im Kern für höherwertige Streetwear steht, wäre, so die Befürchtung, durch weniger exquisite Produkte verwässert worden. Das Geschäft mit hohen Stückzahlen wollten sie aber trotzdem mitnehmen.

Daher gründeten die Macher von Fidu Brands die Marke »101 Supply«, die für White Labeling genutzt wird. Einem eher schnöden Fanschal wird man nicht ansehen, dass er in Darmstadt kreiert wurde. Der auftraggebende Verein kann selbst entscheiden, ob er die Ware unter eigenem Namen in Verkehr bringen möchte oder wie auffällig der Produzent auf der Ware sichtbar wird. Unter der hochwertigen Marke »Lobster & Lemonade« arbeitet Fidu Brands derzeit nur mit drei Vereinen

»70 PROZENT DER ERST- UND ZWEITLIGISTEN HABEN WIR ALS KUNDEN.«



Amin Ehsaei
CXO von Fidu Brands

zusammen: den »Lilien« aus Darmstadt, Eintracht Frankfurt und der Hamburger SV. Hier spielt die auf 23 Mitarbeiter*innen gewachsene Belegschaft ihre Stärken aus, die in außergewöhnlichen Designs liegt, die die Kultur der Vereine berücksichtigt und in der Schrift- und Formensprache bis dato ungewöhnliche Wege für Fußballfans geht. »Das sind keine Standardprodukte, sondern da geht es um aufwendiges Storytelling«, fasst Amin Ehsaei zusammen.

Als Beispiel nennt er die Fankollektion »Jugendstil«, die im vergangenen Jahr mit Darmstadt 98 aufgelegt wurde. »Auf den Hoodies und der Kleidung sieht man wenig von Lilie und 98, dafür geht es mehr um Architektur und die Geschichte«, erklärt Ehsaei. So prangt auf einem T-Shirt eine stilisierte Sonne über der abstrakt gehaltenen Gegengeraden, darunter steht »Heimstätte des Sportvereins Darmstadt« anstatt dem banalen »Stadion am Böllenfalltor«. Moderne Schnitte mit hohem Tragekomfort und schwere Stoffe sorgten für gute Qualität. »Die Kollektion war ein Riesenerfolg und im Großteil nach 48 Stunden ausverkauft«, sagt Erdem Keles. Sie brachte dem Unternehmen neben wirtschaftlich guten Zahlen auch viel Aufmerksamkeit weit über die Region hinaus. Für dieses Jahr produzierte Fidu Brands eine Neuauflage. »Die Kunden wissen: Bei uns gibt es nicht nur Standardmerch«, sagt Amin Ehsaei.

Dabei rückt das Thema Nachhaltigkeit immer stärker in den Fokus der Unternehmensvision. Gerade lässt sich Fidu Brands nach dem GOTS-Standard für nachhaltige, ethisch und qualitativ hochwertige Produkte zertifizieren. »Für uns geht es um Langlebigkeit der Produkte«, erklärt Keles. Alle an der Wertschöpfung Beteiligten sollen auf Augenhöhe miteinander arbeiten und »am Ende als Gewinner dastehen«.

Die sportverrückten Gründer haben noch große Ziele: Im November werden einige Spiele der National Football League (NFL) aus den USA in Frankfurt ausgetragen. Und Fidu Brands hat die Lizenz für eine eigene Kollektion.

Zukunftsmarkt Vietnam

Um ihre Lieferketten zu diversifizieren, suchen viele Unternehmen nach Ausweichmärkten fernab von China. Dabei gerät Vietnam verstärkt ins Visier. Marko Walde, Delegierter der Deutschen Wirtschaft in Vietnam, Myanmar, Kambodscha und Laos, erklärt, in welchen Branchen der wirtschaftliche Austausch zunehmen wird, welche Vorteile das südostasiatische Land bietet – und welche kulturellen Besonderheiten es zu beachten gilt.

TEXT Matthias Voigt

IHK: Herr Walde, im Jahr 2020 ist das EU-Vietnam-Freihandelsabkommen (EVFTA) in Kraft getreten. Inwieweit hat es sich schon als Treiber deutscher Aktivitäten erwiesen?

MARKO WALDE: Das Abkommen eröffnet deutschen Unternehmen den Zugang zum vietnamesischen Markt unter äußerst vorteilhaften Handelsbedingungen. Deutsche Unternehmen profitieren nun nicht nur von reduzierten Zöllen, sondern auch von einer Vielzahl weiterer Vorteile. Das Abkommen erstreckt sich auf diverse Bereiche wie den Schutz geistigen Eigentums, die Vereinfachung von Zollabfertigungsverfahren, den Umweltschutz sowie den verbesserten Zugang zu öffentlichen Ausschreibungen.

Trotz vieler Unterbrechungen aufgrund von Covid-19 in den ersten drei Jahren des EVFTA verzeichnete der Umsatz von Vietnams Exporten nach Deutschland ein Wachstum mit jährlichen Steigerungsraten von 37 Prozent im Jahr 2022 und erreichte 14,7 Milliarden Euro. Deutschland ist der wichtigste Handelspartner Vietnams innerhalb der Europäischen Union. Umgekehrt ist Vietnam für Deutschland der zweitgrößte Importpartner innerhalb von ASEAN. Die vorrangig gehandelten Waren umfassen Maschinen, Fahrzeuge, Pharmazeutika und Chemikalien. Gegenwärtig haben etwa 500 deutsche Unternehmen rund 3,1 Milliarden US-Dollar in Vietnam investiert und dabei etwa 50.000 Arbeitsplätze geschaffen, was zu positiven Beiträgen zu den bilateralen Wirtschaftsbeziehungen

Das aufstrebende Hanoi, Hauptstadt von Vietnam. Foto: stock.adobe.com/Hanoi Photography



führt. In jüngerer Zeit haben Unternehmen wie Viessmann, Ziehl-Abegg, Magnetec und Stada ihre Präsenz in Vietnam erweitert. Solche Schritte zeugen von dem Vertrauen der deutschen Investoren in den vietnamesischen Markt und ihrer Bestrebung, langfristig in der Region aktiv zu sein und zur nachhaltigen Wirtschaftsentwicklung Vietnams beizutragen.

IHK: Welche Rolle spielt Vietnam als Sourcingstandort für deutsche Unternehmen? Welche Branchen stehen im Vordergrund?

MARKO WALDE: Ein bemerkenswerter Trend zeichnet sich ab: Unternehmen nutzen verstärkt Vietnam als Ziel, um ihre Lieferketten in Bezug auf Sourcing und Investitionen innerhalb Asiens zu diversifizieren. China behält zweifellos die Spitzenposition, jedoch gewinnt die Schaffung zusätzlicher Kapazitäten in Vietnam an Popularität. Ein solches Beispiel sind Rewe und Bauhaus, die ihre Präsenz in Vietnam ausgeweitet haben und Büros für Sourcing eröffnet haben. Diese Entwicklungen werden von hochqualifizierten Arbeitskräften, einer stabilen Regierungsführung und verschiedenen Freihandelsabkommen vorangetrieben. Obwohl Vietnam bisher hauptsächlich für die Herstellung von Textilien und Möbeln bekannt war, wächst derzeit das Interesse in Branchen wie Metallverarbeitung, Maschinenbau, Kunststoffherstellung einschließlich Spritzguss sowie der Elektronikindustrie.

IHK: Durch die stärker werdende Mittelschicht und die wachsende Wirtschaft wird das Land mit seinen 100 Millionen Einwohnern auch als Absatzmarkt immer interessanter. Welche Branchen sind hier am Zug, welche Waren und Güter sind gefragt?



»SEIT EINIGEN JAHREN ERWEIST SICH VIETNAM ALS ÄUSSERST INTERESSANTER ABSATZMARKT. DAS LAND VERZEICHNET EIN BEMERKENSWERTES WACHSTUM, DAS KONTINUIERLICH NEUE CHANCEN ERÖFFNET.«



Marco Walde

Geschäftsführer AHK Vietnam

Foto: AHK Vietnam

MARKO WALDE: Seit einigen Jahren erweist sich Vietnam als äußerst interessanter Absatzmarkt. Das Land verzeichnet ein bemerkenswertes Wachstum, das kontinuierlich neue Chancen eröffnet. Besonders Produkte von hoher technologischer Qualität finden derzeit starke Nachfrage – sei es im Bereich Maschinenbau, Chemie oder Messtechnik. Das in Deutschland entwickelte Fachwissen genießt in Vietnam hohes Ansehen. Das eindrucksvolle Wachstum des Landes zeigt sich ebenfalls in der steigenden Begeisterung für Luxuskonsumgüter. Wohlhabende Konsumenten setzen vermehrt auf Premium-Marken, was zweifellos für deutsche Unternehmen von Vorteil ist. Vietnam bietet somit nicht nur Wachstumschancen, sondern auch eine Plattform für deutsche und regionale Unternehmen, um von dieser vielversprechenden Entwicklung zu profitieren.

IHK: Welche Vorteile bietet Vietnam generell gegenüber anderen Ländern Südostasiens?

MARKO WALDE: Die Diversität und wirtschaftliche Dynamik macht die ASEAN einzigartig. Vier ASEAN-Länder haben bei dem sog. TPP-Verbund mitgewirkt, darunter Vietnam und Singapur, die auch mit der EU Freihandelsabkommen unterzeichnet haben. Ausländische Direktinvestitionen treiben die Industrialisierung der ASEAN rapide voran. Vietnam hat sich erfolgreich als Produktionsstandort etabliert, insbesondere als Alternative zu China in den Bereichen Textil und Elektronik. Zudem steigert Vietnam durch Freihandelsabkommen wie jenes mit der EU seine Attraktivität kontinuierlich. Darüber

hinaus zeichnet sich Vietnam durch ausgeprägte Deutschfreundlichkeit aus. Die historisch geprägte Beziehung zwischen Vietnam und Deutschland basiert auf gegenseitigem Respekt und intensiver Zusammenarbeit. In Deutschland leben rund 170.000 Menschen vietnamesischer Herkunft. 130.000 Vietnamesen haben in Deutschland studiert und arbeiten im Moment auch in Regierungs- oder Wirtschaftspositionen in Vietnam. Sie bringen ihr Wissen und ihre Erfahrung aus Deutschland in ihre Arbeit ein.

KONTAKT

Weitere Informationen zum Import, Export, Zoll und zu internationalen Geschäftspartnern finden Sie auf unserer Außenhandelsseite

www.ihk.de/darmstadt

→ Nr. 329

IHK: Welche kulturellen Besonderheiten müssen Unternehmen im Blick haben, die ins Vietnam-Geschäft einsteigen wollen?

MARKO WALDE: Die vietnamesische Kultur ist stark vom Konfuzianismus beeinflusst, der Werte wie Respekt, Harmonie, Loyalität und Hierarchie betont. Die vietnamesische Gesellschaft ist daher sehr familienorientiert, kollektivistisch und beziehungsorientiert. Aufgrund historischer Teilungen, geografischer und ethnischer Unterschiede ist die vietnamesische Kultur vielfältig, mit deutlichen Unterschieden zwischen Nord- und Südvietnam. Nordvietnam zeigt sich konservativer und traditioneller, während Südvietnam liberaler und moderner ist.

Wichtig zu wissen ist, dass man in Vietnam viel Geduld und Bereitschaft benötigt, um sich auch persönlich gegenüber seinem Geschäftspartner zu öffnen. Insbesondere beim Markteinstieg ist es wichtig zu erkennen, wann man »deutsch bleiben« muss und wann man flexibler handeln sollte. Die AHK Vietnam bietet daher ein entsprechendes Beratungsangebot, um interessierte Unternehmen auf all diese Aspekte gründlich vorzubereiten und bei weiteren Fragen bezüglich des Markteinstiegs zu beraten.



alle Marken und Preisklassen - USM Haller | Steelcase | Vitra | bene | König+Neurath | Interstuhl uvm.

Clever statt neu!



20% Rabatt*
im Onlineshop
ks-büromöbel.shop
Code:
IHKDA23

NEU



Elektrische
Schreibtische
349 €
Art. 110010



USM Haller
Sideboard
659 €
Art. 520057



Sedus
Aktenschrank
249 €
Art. 310003



Sedus
Bürostuhl
199 €
Art. 210033

*Rabattcode gültig für Gebrauchtwaren bis 31.12.2023. Ausgenommen sind Produkte der Marken USM, die Modellreihe „Lounge Chair“ von Vitra, Angebotsartikel und Neumöbel. Nicht mit anderen Rabatten kombinierbar. Preise inkl. MwSt. Solange der Vorrat reicht.





„In unserem Betrieb gibt's jeden Tag neue Herausforderungen. Mit unserem Steuerberater wird vieles einfacher.“

Romy Kreyer und Markus Paulke, Möbelfabrik Sternzeit-Design

Unternehmerische Ideen umzusetzen, ist ein gutes Gefühl. Gerade in diesen herausfordernden Zeiten. Ihre Steuerberatung steht Ihnen dabei partnerschaftlich zur Seite. Und berät kompetent zu vielen gesetzlichen und betriebswirtschaftlichen Themen. Damit Sie sich auf das Wichtigste konzentrieren können – Ihren unternehmerischen Erfolg.



gemeinsam-besser-machen.de



MITMACHEN BEI UMFRAGE UND »ZUKUNFTSFORUM«

Welche Themen und Trends werden die südhessische Wirtschaft in den nächsten 15 Jahren prägen? Worauf sollten sich Unternehmen heute schon vorbereiten? Um das herauszufinden und ihre Mitgliedsfirmen bei den anstehenden Herausforderungen weiterhin aktiv zu unterstützen, hat die IHK Darmstadt das Projekt »Wirtschaft 2040 | Südhessen denkt voran« gestartet. Auch Sie sind gefragt: Das Projekt setzt auf die Expertise der Unternehmen. Bringen Sie gern Ihre Ideen, Anregungen und Visionen für die wirtschaftliche Zukunft Südhessens ein. Ganz konkret können Sie sich beteiligen, indem Sie an unserer aktuell laufenden Umfrage teilnehmen. Wenn Sie in leitender Funktion in einem unserer Mitgliedsbetriebe tätig sind, erreichen Sie die Fragen über unten stehenden QR-Code. Die Umfrage ist so angelegt, dass die Fragen gut innerhalb von zehn Minuten beantwortet werden können. Die Teilnahme ist noch bis zum 29. Oktober 2023 möglich.

Eine weitere Möglichkeit, sich am Projekt zu beteiligen, ist die Teilnahme an der Veranstaltung »Zukunftsforum Wirtschaft 2040«. Bei dieser Veranstaltung soll am 16. Oktober 2023 mit der südhessischen Wirtschaft diskutiert werden, wie die Region auch in Zukunft attraktiv für Unternehmen bleiben kann. Sie können Hinweise geben, welche Herausforderungen für Sie und Ihre Branche besonders relevant sind und welche Schritte es braucht, um auch für die Zukunft gewappnet zu sein. Die Inhalte des Zukunftsforums und Infos zur Anmeldung erhalten Sie unter

www.wirtschaft2040.de

www.ihk.de/darmstadt

→ Nr. 36346



WIRTSCHAFT
2040 | SÜDHESSEN
DENKT VORAN

QUALITÄTSZEICHEN FÜR KOMMUNEN

Fachkräfte aus dem In- und Ausland anlocken: Dabei unterstützt die IHK Darmstadt südhessische Kommunen. Städten und Gemeinden, die besonders attraktiv für Neubürger*innen sind, verleiht sie das Qualitätszeichen »Ausgezeichneter Wohnort für Fachkräfte«. Von Servicezeiten der Kommune über Carsharing bis zu fremdsprachiger Kinderbetreuung: In der Auditierung werden rund 40 Kriterien abgefragt, die die IHK Darmstadt zusammen mit Bürgermeister*innen und Wirtschaftsförderern erarbeitet hat. »Das Qualitätszeichen ist ein Aushängeschild für die Kommunen und bietet zuzugswilligen Fachkräften Orientierung«, erläutert Dr. Daniel Theobald, Geschäftsbereichsleiter Unternehmen und Standort. »Außerdem erhalten die Kommunen neue Ideen und können Nachholbedarf gezielt angehen. Die Auditierung ist anspruchsvoll, aber machbar.« Seit dem Start des Qualitätszeichens im Jahr 2013 wurden elf Kommunen in Südhessen ausgezeichnet. Mit aktualisierten Kriterien geht das Erfolgsprojekt weiter: Der Ausbau von Glasfaser wurde neu als Kriterium aufgenommen, zudem wurden höhere Betreuungsquoten für Kindergärten und Kitas angesetzt. Die Auditierung ist kostenlos.

www.ihk.de/darmstadt

→ Nr. 135226

AKTUELLE ZAHLEN ZU GEWERBEMIETEN IM RHEIN-MAIN-GEBIET

Neun Industrie- und Handelskammern der Metropolregion FrankfurtRheinMain haben mithilfe von Expert*innen Orientierungswerte zu Büro-, Einzelhandels- und Gastronomie-mieten sowie zu Mietpreisen für Lager-, Logistik- und Produktionsflächen in der Region zusammengetragen. Sofern die Datenlage ausreichend ist, werden zudem Ober-, Mittel- und Unterzentren in der Region dargestellt. Statistische Kennziffern zu Bevölkerung, Arbeitsmarkt, Kaufkraft, Einzelhandelszentralität und kommunalen Steuern vervollständigen diesen Überblick.

www.perform-frankfurtrheinmain.de/gewerbemieten



Foto: stock.adobe.com/netsay

Friedrich Friedrich

Darmstädter Speditions- und Möbeltransportgesellschaft mbH

DMS
UMZUG & LOGISTIK



Einfach sorgenfrei umziehen und lagern!

20%*
Rabatt
auf Inhouse-
Lagerboxen
+ kostenlose
Einlagerungshilfe
bei Erstbezug

Mehr Platz fürs Leben
SB-Lagerhaus

- ✓ Lagerboxen von S bis XL
- ✓ Privat und Gewerbe
- ✓ Mietdauer schon ab 1 Monat
- ✓ gesicherter Zugang

*Es handelt sich um eine befristete Aktion für eine Inhouse-Lagerbox. Die Aktion ist gültig bis zum 31.12.2023. Die Mindestmietdauer beträgt 3 Monate. Der Aktionspreis wird für max. 1 Jahr berechnet. Nicht mit anderen Rabatten kombinierbar und nur solange der Vorrat reicht.

Friedrich Friedrich
Darmstädter Speditions- und Möbeltransportgesellschaft mbH
Wiesenstraße 5 ■ 64347 Griesheim ☎ Telefon: 06155 - 83670
➔ www.friedrich-umzug.de ➔ www.sb-lagerhaus.de





DER BEGINN EINER BEZIEHUNG

Es muss nicht gerade eine Torte auf dem Schreibtisch stehen, wenn Mitarbeiter*innen ihren ersten Arbeitstag haben. Doch das Onboarding als rein technischen Prozess zu verstehen, bei dem es reicht, die Kantine und den Arbeitsplatz zu zeigen, ist deutlich zu wenig. Fünf Tipps, wie die Einarbeitung von neuen Kolleg*innen gelingt.

TEXT Matthias Voigt

»Der erste Arbeitstag ist gleichbedeutend mit dem Beginn einer idealerweise langfristig belastbaren Beziehung zwischen Menschen. Wer das versteht, geht anders miteinander um.« Diesen Grundsatz vertritt Konstantin A. Werner, der in Darmstadt die Unternehmens- und Personalberatung »sparkm« vor acht Jahren gegründet hat. Zwar sei in den Personalabteilungen meistens das Bewusstsein vorhanden, dass der Onboarding-Prozess bedeutend ist, um neue Mitarbeiter*innen schnell zu integrieren, was sich in der Folge positiv auf deren Leistung auswirkt. Doch könne der Prozess ins Stocken geraten, wenn

die Fachabteilungen die Bedeutung des Onboardings unterschätzten. Erfahrungsgemäß dauert die grundsätzliche Einarbeitung vom ersten Arbeitstag bis zum Ende der Probezeit. Das Onboarding ist ein Teil des Lebenszyklus eines Mitarbeiters, das den Weg für eine erfolgreiche, langfristige Zusammenarbeit ebnet. War der Rekrutierungsprozess noch der Prolog, wird es mit dem Tag des Arbeitsbeginns ernst. Mit diesen fünf Tipps können Unternehmen das Onboarding gewinnbringend für beide Seiten gestalten:

»DER BEGRIFF ›ONBOARDING‹ IST LEDIGLICH EIN ENGLISCHES WORT, DAS DEN START EINER SEHR WICHTIGEN BEZIEHUNG IN UNSEREM LEBEN MEINT.«



Konstantin A. Werner,
Inhaber der Unternehmens-
und Personalberatung
»sparkm« in Darmstadt
Foto: sparkm

Ein guter Auftakt beim neuen Arbeitgeber erleichtert die Eingewöhnung.
Foto: iStock.com/Charday Penn



1 DER AUFTAKT

»Ein guter Auftakt ist wichtig, denn es ist der erste richtige Eindruck im Unternehmen. Und der bleibt haften«, sagt Konstantin A. Werner. Unternehmen sollten darauf achten, dass sie den Arbeitsbeginn des neuen Kollegen gut vorbereiten. Denn sind Verantwortlichkeiten nicht klar und der Mitarbeiter fühlt sich alleingelassen, wird er das womöglich als Mangel an Wertschätzung verstehen, was das Arbeitsverhältnis unnötig von Beginn an belasten könnte. »Man muss nicht übertreiben, aber die neue Person sollte schon spüren, dass sie willkommen ist«, rät Konstantin A. Werner. Das Vertrauen, das man sich durch den gelungenen Rekrutierungsprozess auf beiden Seiten aufgebaut hat, wird der ersten Belastungsprobe unterzogen. Und dieser Probe sollte der Arbeitsbeginn standhalten können. Deshalb sei es auch ratsam, die Zeit zwischen Vertragsunterschrift und dem ersten Tag aktiv zu gestalten und zumindest lose in Kontakt zu bleiben.



2 MESSBAREN PROZESS ETABLIEREN

Unabhängig davon, ob der Beginn nun in der IT-Abteilung, der Produktion oder in einem anderen Bereich des Unternehmens ist, sollte das Onboarding eine klare Struktur bekommen – die für jeden Neuankömmling gilt und nicht je nach Engagement des Vorgesetzten variiert. Dienlich kann eine Aufzählung ähnlich einer Checkliste sein, damit keine Aufgabe vergessen wird. Auf dieser Liste werden zum Beispiel auch die Kolleg*innen benannt, die sich um die Einarbeitung kümmern sollen. »Zwei bis drei Personen reichen da völlig aus«, sagt der Unternehmensberater. Eine nette Geste kann sein, dass etwa der Arbeitsplatz bereits im Vorhinein für die erste Woche reserviert wurde, falls das Unternehmen ein Shared-Desk-Programm etabliert hat.



3 DEN PROZESS MIT INHALTEN FÜLLEN

In diesem Schritt geht es darum, folgenden Fragesatz zu beantworten: »Wer macht was bis wann mit wem?« Wer zum Beispiel für den Rundgang über das Firmengelände zuständig ist, muss auch vorher wissen, was er abgestimmt auf den Arbeitsplatz des Neankömmlings zeigen soll. »Im Kalender des neuen Mitarbeiters können durchaus schon zehn Termine eingetragen sein für die ersten zwei Wochen«, sagt Konstantin A. Werner. So lässt sich Leerlauf zu Beginn vermeiden. Als hilfreich habe sich erwiesen, zu Beginn des Onboardings die IT ins Boot zu holen, damit schnell die technischen Voraussetzungen für den Arbeitsalltag geschaffen werden.



4 PATENPROGRAMM

Zu einem Hilfsmittel, das bereits in vielen Betrieben Standard ist, rät auch Konstantin A. Werner: dem Patenprogramm. Dabei ist dem neuen Mitarbeiter ein Kollege fest zugeordnet, der weiterhilft, wenn es um Anlaufschwierigkeiten im Alltag geht. Etwa, welchen Parkplatz man am besten nutzt, wie man das Essen in der Kantine bestellt oder welche ungeschriebenen Gesetze es gibt. Der Pate hilft beim emotionalen Ankommen im neuen Unternehmen. Er kann zwar bei der inhaltlichen Einarbeitung hilfreich sein; die Verantwortung, das Arbeitsaufkommen festzulegen und die Erwartungshaltung des Unternehmens zu formulieren, liegt aber naturgemäß beim Vorgesetzten. »Außerdem sollte im Vorhinein geklärt werden, wie lange das Patenprogramm dauert, damit der Pate die Verantwortung nach einer bestimmten Zeit, meist drei Monaten, auch wieder abgeben kann«, sagt Konstantin A. Werner.



5 DIE UNTERNEHMENSKULTUR (ER)LEBEN

Welche Aufgaben die neue Arbeitskraft übernehmen soll, dürfte nach den Bewerbungsgesprächen recht klar sein. »Es wird aber häufig vernachlässigt, die Kultur des Teams zu vermitteln«, wie der Personalberater aus Erfahrung weiß. Dabei geht es darum, sich gegenseitig kennenzulernen, den Menschen hinter der Arbeitskraft zu entdecken. In regelmäßigen Abständen sollten daher bis zum Ende der Probezeit Treffen vereinbart werden, etwa mit dem Paten, aber auch mit Kollegen oder dem Vorgesetzten. Gerne klassischerweise als Mittagessen, aber vielleicht auch hin und wieder in ungezwungener Atmosphäre bei einem kühlen Getränk. »So wird der Bau von belastbaren Beziehungen gefördert«, erklärt Konstantin A. Werner.

Onboarding in der Praxis

Im Workshop »Forum Personalkultur – Onboarding: von der richtigen Ansprache bis zum ersten Jahr im Unternehmen« geht Konstantin A. Werner, Inhaber der Unternehmens- und Personalberatung »sparkm«, darauf ein, was man im ersten Beschäftigungsjahr zu beachten hat – aus der und damit für die Praxis. Wie die Zeit vor dem ersten Arbeitstag genutzt werden kann, ist ebenso Bestandteil der Veranstaltung. Weitere Infos und Anmeldung unter:

www.ihk.de/darmstadt

→ Nr. 37686

MIT UNS ERREICHEN SIE DIE RICHTIGEN



1,3 Mio

Von allen 3,0 Millionen Inhaberinnen, Inhabern und Geschäftsführungen im Mittelstand können Sie 1,3 Millionen über die IHK-Zeitschriften erreichen. Das sind 43 Prozent. Damit erreichen Sie mit den IHK-Zeitschriften die richtigen Entscheiderinnen und Entscheider im Mittelstand. Mehr dazu auf:

www.rem-studie.de

Schalten Sie jetzt Ihre Anzeige im Magazin Wirtschaftsdialoge!

Wir beraten Sie gern. Kontakt: Michaela Bracht-Klopfer | Telefon 069/42 09 03-53 | michaela.bracht-klopfer@zarbock.de

RECHT & STEUERN



Foto: iStock.com/zodebala

GERICHTLICHE VERWERTBARKEIT VON VIDEOAUFNAHMEN AM ARBEITSPLATZ

Sollen Aufzeichnungen aus einer offenen Videoüberwachung ein vorsätzlich vertragswidriges Verhalten eines Arbeitnehmers belegen, darf die Videoaufzeichnung in einem späteren Kündigungsschutzprozess zum Beweis eines Fehlverhaltens verwertet werden. Dies gilt auch, wenn die Überwachungsmaßnahme nicht vollständig im Einklang mit den Vorgaben des Datenschutzes steht. Das stellte nun das Bundesarbeitsgericht (BAG) klar.

Konkret war ein Fall verhandelt worden, bei dem ein Gießereimitarbeiter verdächtigt wurde, vor Schichtbeginn das Werksgelände wieder verlassen zu haben in der Absicht, trotzdem Lohn für seine Schicht zu kassieren. Die Arbeitgeberin sah darin einen Grund zur sofortigen Kündigung. Die Videoaufnahme einer am Tor des Werksgeländes gut erkennbar angebrachten Videokamera sollte als Beweismittel im folgenden Kündigungsschutzprozess dienen. Der Kläger hatte seine Kündigungsschutzklage unter anderem damit begründet, dass die Erkenntnisse aus der Videoüberwachung einem Sachvertrags- und Beweisverwendungsverbot unterlägen. Das Bundesarbeitsgericht folgte seiner Argumentation nicht und entschied zugunsten der Arbeitgeberin. Im Kündigungsschutzprozess

wiege das Interesse an der Sachverhaltsaufklärung stärker als das Datenschutzinteresse des Arbeitnehmers. Es spiele keine Rolle, ob die Überwachung am Arbeitsplatz den Vorgaben der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) entspreche. Der Verwertung der personenbezogenen Daten stehe die DSGVO jedenfalls dann nicht entgegen, wenn ein vorsätzliches Fehlverhalten in Rede steht und die Videokamera durch ein Schild ausgewiesen und nicht zu übersehen ist. Dies sei nur dann nicht der Fall, wenn die Überwachung eine schwerwiegende Grundrechtsverletzung darstelle.

GRÜNDUNG EINER KAPITALGESELLSCHAFT SCHÜTZT NICHT VOR SCHEINSELBSTSTÄNDIGKEIT

Scheinselbstständigkeit zu umgehen, indem eine Kapitalgesellschaft zwischengeschaltet wird, ist nicht zulässig. Das hat nun das Bundessozialgericht (BSG) in drei Verfahren entschieden. In der Begründung hieß es: Stellt sich die Tätigkeit einer natürlichen Person nach deren tatsächlichem Gesamtbild als abhängige Beschäftigung dar, ist ein sozialversicherungspflichtiges Beschäftigungsverhältnis nicht ausgeschlossen, nur weil Verträge zwischen dem Auftraggeber und einer Kapitalgesellschaft bestehen, deren alleiniger Geschäftsführer und Gesellschafter

die natürliche Person ist. Im konkreten Fall waren die natürlichen Personen alleinige Gesellschafter und Geschäftsführer von Kapitalgesellschaften (UG und GmbH). Mit diesen Kapitalgesellschaften schlossen Dritte Verträge über die Erbringung von Dienstleistungen im Bereich Pflege in einem Krankenhaus sowie Beratungstätigkeit. Tatsächlich erbracht wurden die Tätigkeiten ausschließlich von den natürlichen Personen.

Das BSG hat in allen drei Verfahren entschieden, dass – wie in anderen Statusverfahren auch – die jeweiligen konkreten tatsächlichen Umstände der Tätigkeit nach einer Gesamtabwägung über das Vorliegen von abhängiger Beschäftigung entscheiden. Daran ändert der Umstand nichts, dass Verträge nur zwischen den Auftraggebern und den Kapitalgesellschaften geschlossen wurden. Die Abgrenzung richtet sich vielmehr nach dem Geschäftsinhalt, der sich aus den ausdrücklichen Vereinbarungen der Vertragsparteien und der praktischen Durchführung des Vertrages ergibt, nicht aber nach der von den Parteien gewählten Bezeichnung oder gewünschten Rechtsfolge.

Damit dürften sich Gründungen von Kapitalgesellschaften zur Verminderung des Risikos einer Scheinselbstständigkeit in der Praxis erledigt haben. Im Hinblick auf das Strafbarkeitsrisiko beim Vorenthalten von Sozialversicherungsbeiträgen und der Nachzahlungspflicht zulasten des Auftraggebers ist hier von Konstruktionen, die sich in einer Grauzone bewegen, dringend abzuraten.

DIGITALER GEWERBESTEUER-BESCHIED ONLINE

Seit April 2023 ist der digitale Gewerbesteuerbescheid online verfügbar. Bundesweit werden die rund 3,9 Millionen Unternehmen sowie über 50.000 Steuerberatungen und Konzernsteuerabteilungen bereits direkt bei Abgabe der nächsten Gewerbesteuererklärung mitteilen, ob sie den Gewerbesteuerbescheid in digitaler Form erhalten wollen. Einfach bei »Mein Elster«, dem Onlineportal der Steuerverwaltungen, den sogenannten »Elektronischen Zustellwunsch« auswählen. Der Gewerbesteuerbescheid wird dann online in das Postfach von »Mein Unternehmenskonto« zugestellt, sofern bei der zuständigen Kommune die technischen Voraussetzungen abge-

schlossen sind. Der digitale Gewerbesteuerbescheid ist für Erklärungen ab dem Erhebungszeitraum 2022 möglich. In einem gemeinsamen Pilotprojekt von Bund, den 16 Bundesländern sowie Pilotkommunen im Rahmen des Onlinezugangsgesetzes (OZG) wurde der digitale Gewerbesteuerbescheid entwickelt und mit Unterstützung von Pilotunternehmen getestet. Die nächste Herausforderung wird die lückenlose Anbindung an die erforderliche Schnittstelle sein, die zur »Belieferung« der Kommunen mit den digitalen Daten für Erstellung und Bekanntgabe der Gewerbesteuerbescheide erforderlich sein wird. Aufseiten der Unternehmen ist die Abgabe der Gewerbesteuererklärung über »Mein Elster« und die elektronische Verarbeitung durch Elster-Transfer und »Mein Unternehmenskonto« nunmehr möglich. Der große Vorteil für Unternehmen liegt darin, dass der digitale Gewerbesteuerbescheid menschen- und maschinenlesbar ist.

Das bedeutet, dass Unternehmen und Steuerberatungen den Bescheid direkt in die jeweilige Fach-Software einlesen und medienbruchfrei verarbeiten können – in der Vergangenheit hatte jede Kommune ein eigenes Layout für den Papierbescheid, was bei Unternehmen mit mehreren Betriebsstätten in unterschiedlichen Gemeinden zu einem spürbaren Mehraufwand in der Datenerfassung geführt hat.

www.elster.de/elsterweb/infoseite/digitaler_gewerbesteuerbescheid

Sie haben Fragen? Wir beantworten sie gern.



Uwe Zahlten

Steuern

T 06151 871-1218

M [uwe.zahlten@darmstadt.ihk.de](mailto:uwe.zahlten@ darmstadt.ihk.de)



Markus Würstle

Recht

T 06151 871-1187

M markus.wuerstle@darmstadt.ihk.de

NACHFOLGEBÖRSE

Sie planen, Ihr Unternehmen an eine*n Nachfolger*in abzugeben? Stellen Sie in der Unternehmensbörse »Nexxt-Change« kostenfrei ein Inserat ein. Existenzgründer*innen und bestehende Unternehmen haben hier ebenfalls eine Plattform, um nach passenden Angeboten zu suchen. An dieser Stelle druckt die IHK Darmstadt regelmäßig aktuelle Inserate aus der Börse ab – bald auch Ihres? Bitte sprechen Sie uns an!

Interessenten wenden sich an:

Astrid Hammann

Existenzgründung und Unternehmensförderung, IHK Darmstadt

T 06151 871-1122

M astrid.hammann@darmstadt.ihk.de

Für die Inserate gelten die AGB der jeweiligen Börse. Diese finden Sie auf:

www.nexxt-change.org

MEDIZINTECHNISCHER FACHHANDEL SUCHT NACHFOLGER*IN

Das Unternehmen wird aktuell durch die geschäftsführenden Gesellschafter geleitet. Es ist Teil eines nationalen Einkaufverbundes für Medizintechnik und besitzt einen umfangreichen Produktkatalog für den medizintechnischen Bedarf. Es bestehen langjährige Geschäftsbeziehungen mit mehr als 200 Kund*innen (überwiegend Arztpraxen). Gesucht wird ein*e Nachfolger*in, der*die entweder Erfahrung im Bereich medizintechnischer Fachhandel oder medizintechnischer Vertrieb hat oder ein*e ambitionierte*r Gründer*in, der*die mit einem wirtschaftlichen Fundament in die Selbstständigkeit starten möchte.

Anfragen unter Chiffre: [DA-A-1382](#)

INSTITUT ZUR DAUERHAFTEN HAARENTFERNUNG

Zum Verkauf steht ein Unternehmen zur dauerhaften Haarentfernung mit Standort im Rhein-Main-Gebiet. Das Unternehmen wird als Einzelunternehmen geführt und hat neben der Eigentümerin zwei weitere Mitarbeiter, die sich um das Tagesgeschäft kümmern. Die Führung kann auch von außen vorgenommen werden, das Unternehmen wird sehr digital geführt. Das Unternehmen ist Franchisenehmer in einer führenden Organisation. Die Leistungen beinhalten die individuelle Beratung der Kund*innen sowie die Behandlung zur dauerhaften Haarentfernung mit einer professionellen Technologie. Der vorwiegende Anteil des Umsatzes wird im B2C-Geschäft erwirtschaftet. Die Kundenstruktur zeichnet sich durch eine Vielzahl an Kund*innen aus, welche zu einem großen Teil über Marketingmaßnahmen sowie Mundpropaganda auf das Unternehmen aufmerksam werden. Das Unternehmen ist seit neun Jahren im lokalen Markt vertreten und hat sich eine sehr gute Position erarbeitet. Durch die langfristigen Kundenverträge sind die Einnahmen des Unternehmens lange gesichert.

Anfragen unter Chiffre: [DA-A-1381](#)



**MEINE BONITÄT –
DIE SELBSTAUSKUNFT
IHRES UNTERNEHMENS**

WWW.CREDITREFORM.DE/DARMSTADT/MEINE-BONITAET

Die Selbstauskunft als Ihre beste Visitenkarte:
Mit Creditreform behalten Sie Ihre Bonität jederzeit im Blick und stärken Ihre Position am Markt.

Creditreform Darmstadt Skoruppa KG
Tel. 06151 87 50-88
info@darmstadt.creditreform.de




**DANIEL KIECK
IMMOBILIEN**

- VERMIETUNG & VERKAUF
- GUTACHTEN
- ENERGIEAUSWEISE
- HAUSVERWALTUNG



06151 4930153 www.kieck-immobilien.de



Foto: iStock.com/ArtistGNDphotography

NACHHALTIGE GESCHÄFTS- FELDER ENTDECKEN

Bis 2050 will die Europäische Union klimaneutral werden. Das bedeutet neue Regeln für die Wirtschaft, bietet aber auch die Chance für Unternehmen, sich neue Geschäftsfelder zu erschließen. Die IHK Darmstadt unterstützt Unternehmen hierbei mit dem neuen Leitfaden »Geschäftsoptionen mit dem Green Deal«. Dieser enthält neben Informationen auch Fragen, mit deren Hilfe Betriebe selbst ihre Potenziale ermitteln können. »Im Idealfall hat der Unternehmer nach dem Bearbeiten des Leitfadens eine konkrete Handlungsanweisung für eine Geschäftsentwicklung in der Hand«, erklärt Martin Proba, Geschäftsbereichsleiter Unternehmen und Standort der IHK Darmstadt. Anhand des Leitfadens überprüfen die Unternehmen zunächst, ob ihr Geschäftsmodell zu einem oder mehreren der 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen passt. Um das Ziel »Bezahlbare und saubere Energie« zu erreichen, sind beispielsweise neben der Energiewirtschaft auch Berater*innen und das Elektrohandwerk gefragt. Mit der Canvas-Methode analysieren die Unternehmen anschließend ihr Geschäftsmodell und entwickeln einen Maßnahmenplan, der auch Kosten und personellen Aufwand berücksichtigt. Im zweiten Teil des Dokuments befindet sich ein ausgefüllter Muster-Leitfaden, der beispielhaft für einen fiktiven Metallbau-Betrieb bearbeitet wurde.

NEUER LEITFADEN

Der Leitfaden »Geschäftsoptionen mit dem Green Deal« kann online heruntergeladen werden unter

www.ihk.de/darmstadt
Nr. 5877924



HALLEN

Industrie | Gewerbe | Stahl



PLANUNG

PRODUKTION

MONTAGE



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



»Wir suchen gezielt im Ausland«

Aufgrund des Fachkräftemangels schauen sich immer mehr Unternehmen im Ausland nach Fachkräften um – doch die bürokratischen Hürden sind hoch. Daher fordert die IHK Darmstadt in einem Diskussionspapier, die Einwanderung von Fachkräften zu vereinfachen. Zwei Unternehmen aus Südhessen berichten, welche Erfahrungen sie bislang bei der Einstellung von ausländischen Fachkräften gemacht haben.

TEXT Julia van Lottum FOTOS Klaus Mai

»Wir sind sehr bunt«, sagt Fernanda von Christen, Personalchefin von Erbatech, und meint damit die vielen Nationalitäten der rund 180 Mitarbeiter*innen. In Erbach, Michelstadt und Reinheim produziert der Odenwälder Mittelständler Maschinen für die Textilverarbeitung und für die Produktion von Dachbahnen – und stellt hierfür vermehrt Bewerber*innen aus dem Ausland ein. Das Ziel sei nicht etwa, Lohndumping zu betreiben. »Wir brauchen einfach jemanden, der den Job macht«, betont die Personalchefin. »Der Fachkräftemarkt Deutschland reicht nicht aus. Und das, obwohl wir dieses Jahr neun Azubis eingestellt haben. Daher suchen wir gezielt im Ausland nach Mitarbeitern.«

Einer von ihnen ist Ayoub Ghaloua aus Marokko. Der 26-Jährige macht seit Ende Mai eine Anpassungsqualifizierung als Elektriker bei Erbatech. In Marokko hat er seine Ausbildung in industrieller Automatisierung gemacht und bereits Deutsch auf dem Sprachniveau B2 gelernt – mit dem Ziel, in Deutschland zu arbeiten. Der Kontakt kam über die IHK Darmstadt zustande, die Ghalouas Bewerbung an Erbatech weiterleitete. Andere Fachkräfte rekrutiert das exportstarke Unternehmen über seine internationalen Standorte auch direkt im Ausland. Dabei helfen sicherlich die Erfahrungen und Sprachkenntnisse der Personalchefin: Sie stammt selbst aus Brasilien, machte ihren MBA in Frankreich und startete danach bei Erbatech.

Ein weiteres Beispiel für die Gewinnung von Fachkräften aus dem Ausland ist Dyckerhoff Beton in Griesheim. Das Unternehmen hat erstmals einen Mitarbeiter aus einem Drittland

eingestellt: Ilias Magha stammt wie Ghaloua aus Marokko und hat bei dem Betonhersteller zum 1. September eine Ausbildung zum Baustoffprüfer begonnen. »Herr Magha hat sich aktiv auf unsere Stellenanzeige beworben«, berichtet Prüfstellenleiter Thilo Koch. »Heutzutage ist es nicht einfach, geeignete Mitarbeiter zu finden. Wir freuen uns deshalb, dass Herr Magha perfekt auf diese Stelle gepasst hat. Er bringt bereits Fachkenntnisse mit und ist freundlich und engagiert.« Der 26-Jährige lebt bereits seit zwei Jahren in Deutschland. In Niederbayern hatte er eine Ausbildung zum Maurer gemacht und zuvor in Marokko Deutsch gelernt. »Der Einstellungsprozess, was die Rekrutierung angeht, war daher kein Riesenaufwand«, erzählt Thilo Koch. »Wir waren etwas verunsichert hinsichtlich der Anfor-

DISKUSSIONSPAPIER DER IHK

Sämtliche Forderungen zur erleichterten Einwanderung von Fachkräften aus Drittstaaten finden Sie in unserem Diskussionspapier unter:

www.ihk.de/darmstadt

→ Nr. 5846230



derungen und Voraussetzungen bei Bewerbern aus dem nicht europäischen Ausland. Eine Checkliste oder ein Leitfaden für Bewerber aus Drittstaaten hätte uns da geholfen.«

In anderen Fällen erschweren bürokratische Hürden bei der Vergabe des Visums die Einstellung. »Bei Akademikern ist es relativ einfach«, erzählt von Christen. Wenn die Bewerber*innen jedoch keinen universitären Abschluss haben, sei die Anerkennung von Qualifikationen deutlich schwieriger, erläutert die Personalchefin. »Ghalouas Ausbildung etwa musste einen Anerkennungsprozess durchlaufen. Es dauerte mehrere Monate, bis er nach Deutschland kommen durfte. Seine Ausbildung wurde teilweise anerkannt; er muss einzelne Qualifikationen, etwa zum Datenschutz, nachholen.« Dafür absolviert er nun eine Anpassungsqualifizierung in der Elektrowerkstatt von Erbatech. Für Bewerber*innen wie ihn erhofft sich von Christen Verbesserungen durch das im Juli verabschiedete Fachkräfteeinwanderungsgesetz, das vereinfachte Prozesse für Bewerber*innen mit Berufserfahrung vorsieht.

Dagegen bekämen Fachkräfte ohne Ausbildung in ihrem Beruf gar kein Visum, Berufserfahrung zähle nicht, sagt von Christen. Sie nennt das Beispiel eines russischen Monteurs, der in der Türkei für Erbatech arbeitet, aber ursprünglich eine Ausbildung zum Koch gemacht hat: »Ich bräuchte ihn dringend hier, aber er darf nicht herkommen. Mein Wunsch ist, dass Unternehmen selbst die Qualifikationen von Bewerbern einschätzen dürfen«, erklärt von Christen.

Der 26-jährige Ayoub Ghaloua aus Marokko macht seit Ende Mai eine Anpassungsqualifizierung als Elektroniker bei Erbatech.



»Mein Wunsch ist, dass Unternehmen selbst die Qualifikationen von Bewerbern einschätzen dürfen.«

Fernanda von Christen,
Personalchefin von Erbatech

Das fordert auch die IHK Darmstadt in ihrem Diskussionspapier »Fachkräfteeinwanderung aus Drittstaaten«. Ein Verzicht auf den Nachweis der Gleichwertigkeit eines Abschlusses könnte die Erwerbsmigration erleichtern. Zudem sieht die IHK einheitliche Sprachkenntnisse als zentrale Basis. »Wenn Bewerber sich wie Herr Ghaloua und Herr Magha schon im Heimatland gute Sprachkenntnisse aneignen, ist das optimal«, sagt Dr. Marcel Walter, Geschäftsbereichsleiter Aus- und Weiterbildung der IHK Darmstadt. »Andernfalls müssen in Deutschland Kurse zur Verfügung stehen, um Sprachkenntnisse nachzuholen.« Eine weitere Forderung sind vereinfachte und transparente Prozesse, beispielsweise durch die Bündelung von Aufgaben in zentralen Ausländerbehörden.

Neben der Einwanderung über Visa wie bei Ghaloua und Magha sieht die IHK auch die Beschäftigung von Asylbewerber*innen als Chance. »Der Fachkräftemangel bremst unsere wirtschaftliche Entwicklung und gefährdet damit unseren Wohlstand«, sagt Walter. »Gleichzeitig suchen über 100.000 Menschen pro Jahr Asyl in Deutschland. Aber nach fünf Jahren hat erst jeder zweite Flüchtling einen Arbeitsplatz.« Die IHK fordert daher, dass Geflüchtete schneller Zugang zum Arbeitsmarkt erhalten. Walter begrüßt, dass die Bundesregierung mit dem Fachkräfteeinwanderungsgesetz einen Spurwechsel beschlossen habe: Demnach sollen Asylbewerber, deren Asylverfahren läuft, arbeiten dürfen. Somit würden sie wie Fachkräfte behandelt. »Wenn wir die Hürden für die Beschäftigung von Fachkräften aus Drittstaaten verringern, profitieren alle davon: Menschen aus Drittstaaten, die Unternehmen und wir als Gesellschaft«, sagt Walter.

INFORMATIONEN ZUR FACHKRÄFTEEINWANDERUNG

Unternehmen versuchen zunehmend, Fachkräfte aus dem Ausland zu gewinnen. Hilfreiche Tipps für Unternehmen und Fachkräfte finden sich auf den folgenden Websites:

Das mehrsprachige Portal der Bundesregierung hilft bei der Rekrutierung und Integration von internationalen Fachkräften oder Auszubildenden. Es bietet außerdem Informationen rund um die Beantragung von Visa:

www.make-it-in-germany.com/de/unternehmen

Das Informationsportal der Bundesregierung zur Anerkennung ausländischer Berufsqualifikationen richtet sich an Fachkräfte, Arbeitgeber sowie Beratungsstellen oder Behörden:

www.anererkennung-in-deutschland.de

Mit neuen, hessenweiten Vorhaben unterstützt das »Regionale Integrationsnetzwerk IQ Hessen« Erwachsene ausländischer Herkunft dabei, sich in den Arbeitsmarkt zu integrieren – unter anderem durch die Qualifizierungsbegleitung »QualiFi«:

www.internationaler-bund.de/standort/210933

Das Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung (KOFA) bietet Hinweise und eine Checkliste für das Onboarding internationaler Fachkräfte. Hierfür »Tipps zum Onboarding internationaler Mitarbeiter« in das Suchfeld auf der Website eingeben:

www.kofa.de

DIGITALES AUSBILDUNGS-MANAGEMENT: WEITERE BAUSTEINE ONLINE

Mitgliedsunternehmen und Azubis können viele Formalitäten rund um die Ausbildung in IHK-Berufen bequem online erledigen. Im Ausbildungsstätten-Infocenter können Unternehmen Informationen zu ihren Auszubildenden und Ausbilder*innen einsehen und die Auszubildenden zur Online-Prüfungsanmeldung freischalten. Über das damit verbundene digitale Vertragsmanagement können Betriebe Ausbildungsverträge erstellen und bei der IHK einreichen. Das Azubi-Infocenter bietet Auszubildenden einen Überblick über alle Informationen zur Ausbildung. Hier melden sie sich zudem online zu Prüfungen an. »Die Neuerungen sind ein wichtiger Schritt hin zum vollumfänglichen digitalen Ausbildungsmanagement«, erklärt Dr. Marcel Walter, Geschäftsbereichsleiter Aus- und Weiterbildung der IHK Darmstadt. In den beiden digitalen Infocentern hatten sich Anfang September bereits über 650 Betriebe und 1.500 Auszubildende registriert.

Eine Anleitung zur Registrierung und Nutzung der Infocenter finden Sie auf:

www.ihk.de/darmstadt

→ Nr. 5604492

IHK-ZERTIFIKAT FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE DER KREISVERWALTUNG

Eine Kooperation ist die IHK Darmstadt mit dem Landkreis Groß-Gerau eingegangen. Konkret geht es um einen Lehrgang für Führungskräfte, an dessen Ende ein IHK-Zertifikat verliehen wird. Der Lehrgang ist gedacht, um Führungskräfte in der Kreisverwaltung auf ihre vielschichtigen Aufgaben vorzubereiten. Es ist der erste Führungskräftelehrgang, der auf die Herausforderungen der öffentlichen Verwaltung zugeschnitten ist – und der mit dem IHK-Zertifikat »Führungskraft der Kreisverwaltung« abschließt. »Eine leistungsstarke Verwaltung hilft auch unseren Unternehmen in Südhessen bei der Bewältigung ihrer bürokratischen Pflichten«, begründet Dr. Marcel Walter, Geschäftsbereichsleiter Aus- und Weiterbildung der IHK Darmstadt, die Kooperation. Die IHK schaffe damit einen Qualitätsstandard in einem Markt, der von verschiedensten Angeboten an Lehrgängen geprägt sei. Die ersten Zertifikate für erfolgreich absolvierte Lehrgänge erhielten die Verwaltungsangestellten bereits in diesem Sommer. Zuvor hatten sie die Inhalte in acht Modulen an 16 Präsenztagen vermittelt bekommen. Im Zentrum des neuen Konzepts steht, Führungskräfte in die Lage zu versetzen, alltäglichen Anforderungen und Krisen sicher zu begegnen. Diesen Aspekt und das Konzept aufgreifend, bietet auch die Kreisvolkshochschule Groß-Gerau einen kompetenzbasierten Führungskräftelehrgang an, der mit dem IHK-Zertifikat »Führungskraft der öffentlichen Verwaltung« abschließt.

PRÜFUNGSTERMINE

Die aktuellen Prüfungstermine der IHK Darmstadt, Abteilung Aus- und Weiterbildung, finden Sie unter

www.ihk.de/darmstadt

→ Nr. 9905 (Ausbildungsprüfungen)

→ Nr. 137435 (Weiterbildungsprüfungen)



WIR DENKEN
WEITER,
WO ANDERE
AUFHÖREN.

LASERN

KANTEN

FRÄSEN

DREHEN

SCHWEISSEN

NEU ROHRLASERN



25 JAHRE
TRADITION TRIFFT TECHNOLOGIE

Metallverarbeitung Uwe Ebertz GmbH
Telefon: 02772 57538-0 · info@mue-ebertz.de

www.mue-metallverarbeitung.de



Ein Teil der Absolvent*innen, die ihre Weiterbildungsprüfungen im zweiten Halbjahr 2022 oder im Frühjahr 2023 bestanden haben. Foto: Markus Schmidt

IHK DARMSTADT EHRT NACHWUCHSFÜHRUNGSKRÄFTE

Fachwirt, Meister oder IT-Projektleiter: Diese Abschlüsse der Höheren Berufsbildung haben rund 50 Fachkräfte in Südhessen erhalten. Sie haben ihre Weiterbildungsprüfungen bei der IHK Darmstadt bestanden. IHK-Präsident Matthias Martiné würdigte die Leistungen der Nachwuchskräfte mit den Worten: »Sie haben ein hohes Maß an Ausdauer und Disziplin bewiesen und sich diesen Abschluss mehr als verdient. Die geleisteten Anstrengungen werden sich für Sie auszahlen, denn berufliche Weiterbildung lohnt sich immer.« Bei dem Festakt vor über 100 Gästen in der Industrie- und Handelskammer betonte Martiné, dass neben Fachkräften auch Unternehmen klar von Weiterbildung profitieren: »Betriebe können aus der eigenen Belegschaft auf Top-Niveau weitergebildete Fach- und Führungskräfte entwickeln, die mehr Verantwortung übernehmen können und wollen. Die Höhere Berufsbildung ist der zentrale Tipp sowohl für karrierebewusste Mitarbeiter als auch für unternehmerische Strategien

gegen den Fachkräftemangel.« Mit ihren Abschlüssen hätten die Fachkräfte Bachelor- oder Master-Niveau erlangt und damit sehr gute Zukunftsaussichten. »Egal ob Industriemeister Metall, Bachelor Professional in Bilanzbuchhaltung oder Betriebswirt – Absolventen der höheren Berufsbildung werden von den Unternehmen händeringend gesucht«, sagte Martiné.

Folgende Abschlüsse der Höheren Berufsbildung wurden vergeben: Handelsfachwirt (2), Industriemeister Chemie (8), Industriemeister Elektro (12), Industriemeister Metall (6), IT-Projektleiter (2), Wirtschaftsfachwirt (18). Außerdem zeichnete die IHK Darmstadt die Prüfungsbesten ihrer jeweiligen Fachrichtung aus. Darunter war auch Sascha Stiltz aus Büttelborn. Der 33-Jährige, der bei Juwelier Techel in Darmstadt angestellt ist, sagte: »Die Fortbildung zum geprüften Handelsfachwirt hat mir die Möglichkeit gegeben, mehr Verantwortung in meinem Unternehmen zu übernehmen und beruflich aufzusteigen. Durch die Weiterbildung kann ich nun die Zukunft des Unternehmens aktiv mitgestalten und mich verwirklichen.«

„Meine KÄRCHER-Geräte hole ich da wo ich gut beraten werde und einen super Service bekomme.“

Große Mietstation

- Teppichreiniger
- Dampfreiniger
- Hochdruckreiniger
- Kehrmaschinen
- Allsauger
- Gartengeräte
- Luftreiniger
- und vieles mehr...

50 Jahre Erfahrung sprechen einfach für sich

- kompetente Beratung
- Riesenauswahl
- Zubehör und Ersatzteile
- Top - Reparaturservice

KÄRCHER KÄRCHER CENTER VIEHMANN

Ihr Kärcherpartner in Neu-Isenburg

Verkauf - Service - Vermietung - Zubehör - Ersatzteile



www.kaercher-center-viehmann.de



Werner-Heisenberg-Str. 12
63263 Neu-Isenburg

Tel. 06102-77605
Fax 06102-31024
info@kaerchercenter-viehmann.de



WIE DIE GRÜNDERSZENE WIRKLICH TICKT

Die »Start-up-Bubble« ist elitär, ein Blick hinter die Kulissen ist eher selten. Anastasia Barners Buch bietet einen Erfahrungsbericht aus der Start-up-Welt – aus der Sicht einer jungen Frau, die es selbst geschafft hat, erfolgreich in der Szene zu sein. Sie erklärt, was es bedeutet, ein Start-up jung zu gründen. Dabei nimmt sie kein Blatt vor den Mund und spricht auch über schwierige Themen wie Insolvenzen, Burnout und Konsum. Und was es bedeutet, als Frau zu gründen, und mit welchen Vorurteilen sie dabei zu kämpfen hatte.

(Ge)Gründet! Erschienen beim Haufe Verlag für 29,99 Euro. ISBN: 978-3-648-16887-5



ZUR RECHTEN ZEIT AM RECHTEN ORT

Pascal Gemmer zeigt ein neues und verblüffend einfaches Modell, wie Unternehmer*innen Wertewandel und Marktchancen erkennen, wie sie ihre Marke und Produkte richtig positionieren und mit bestmöglichem Timing die sich bietenden Chancen nutzen. Das Modell verbindet kühle Wettbewerbs- und Marktanalyse mit den emotionaleren Aspekten des nutzerzentrierten Designs und der Marken-gestaltung. Hin zu einem frischen Blick auf Produkt- und Markenstrategie.

Timing! Unsere Chancen nutzen in turbulenten Märkten. Erschienen beim Murmann Verlag für 29 Euro. ISBN: 978-3-86774-740-0



DAS NEUE WIRTSCHAFTSWUNDER

Wie kann sich Wirtschaft in Richtung eines humanistischen Unternehmertums weiterentwickeln und transformieren? Die Zukunftsforscherin Oona Horx Strathern zeigt in ihrem neuen Buch: Das Prinzip »Kindness« kann nicht nur die Welt verbessern, sondern auch den Erfolg eines Unternehmens massiv steigern. Dabei stehen Mensch und Planet vor Profit. Ziel ist es, Mitarbeiter*innen und Kund*innen den gebührenden Respekt entgegenzubringen und echte Lösungen für Zukunftsprobleme zu entwickeln. Die Autorin zeigt aktuelle Entwicklungen in der Wirtschaft und auf dem Arbeitsmarkt auf, um davon ausgehend die entscheidenden Faktoren einer neuen Strategie vorzustellen.

Kindness Economy. Erschienen bei Gabal für 34,90 Euro. ISBN: 978-3-96739-150-3

Impressum

»Wirtschaftsdialoge« ist das Mitglieder-magazin und offizielle Mitteilungsorgan der IHK Darmstadt (ISSN 1869-8069). Die Zeitschrift erscheint sechs-mal pro Jahr in einer Druckauflage von 41.655 Exemplaren (Jahresdurchschnitt, IVW-geprüft). Der Bezug erfolgt im Rahmen der grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied der IHK und ist für Mitglieder kostenfrei.

Bei Fragen zur Zustellung wenden Sie sich an redaktion@ darmstadt.ihk.de

Herausgeber

Industrie- und Handelskammer (IHK) Darmstadt
Rheinstraße 89, 64295 Darmstadt
T 06151 871-0, M info@ darmstadt.ihk.de
www.ihk.de/darmstadt

Inhaltlich verantwortlich

Robert Lippmann, Hauptgeschäftsführer
Patrick Körber, Leiter Kommunikation

Redaktionsleitung

Matthias Voigt,
T 06151 871-1167, M redaktion@ darmstadt.ihk.de

Weitere Autor*innen dieser Ausgabe

Patrick Körber, Julia van Lottum, Stephan Köhnlein,
Katharina Maurer

Mit Namen gekennzeichnete Beiträge geben die Meinung des Verfassers, nicht in jedem Fall auch die Meinung der IHK Darmstadt wieder. Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit Genehmigung und unter Angabe der Quelle.

Designkonzept und Gestaltung

SCHUMACHER Brand + Interaction Design GmbH
www.schumacher-design.de

Cover

SCHUMACHER Brand + Interaction Design GmbH
www.schumacher-design.de

Druck

Dierichs Druck+Media GmbH & Co. KG, Kassel
www.ddm.de

Verlag

Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG
www.zarbock.de

Anzeigenleitung

Ralf Zarbock,
T 069 420903-72, M verlag@zarbock.de

Anzeigendisposition

Anette Kostrzewa,
T 069 420903-75, M anette.kostrzewa@zarbock.de

Zurzeit gültige Anzeigenpreisliste

Nr. 13 vom 01.11.2022

Veröffentlichungsdatum dieser Ausgabe

02.10.2023

Das Magazin wird klimaneutral gedruckt.



TERMINE

AB MITTE OKTOBER 2023

19.10.2023

Lunch & Learn: Die positive Wirkung der betrieblichen Gesundheitsförderung

12–13:30 Uhr, IHK, Rheinstraße 89, 64295 Darmstadt

Lust auf Wissensbissen zur Mittagszeit? In drei Kurzvorträgen liefern wir Ihnen bei diesem Lunch & Learn Tipps, wie Sie die Gesundheit Ihrer Mitarbeiter*innen fördern und zusätzlich Ihre Attraktivität als Arbeitgeber*in erhöhen. Die Teilnahme ist kostenfrei, eine Anmeldung erforderlich. Ein Lunchpaket gibt es gratis dazu.

www.ihk.de/darmstadt

→ Nr. 40676

09. + 16. + 23.11.2023

Produktspezifische CO₂-Bilanzierung

9–16 Uhr, TU Darmstadt, ETA-Lernfabrik (Gebäude L6/03), Eugen-Kogon-Str. 4, 64287 Darmstadt; auch als Online-Workshop möglich

Der Klimawandel zwingt KMU immer stärker, emissionsarm zu produzieren und Optimierungen umzusetzen. Die CO₂-Bilanzierung ist dabei ein hilfreiches Instrument, um kritische Stellen im Produktionsprozess bezogen auf die Ressourceneffizienz aufzudecken. In diesem Workshop lernen Sie, wie Sie für jedes Ihrer Produkte einen CO₂-Fußabdruck ermitteln und gegenüber Kunden als Verkaufsargument angeben können.

www.digitalzentrum-darmstadt.de/

[Veranstaltungen](#)

30. + 31.10.2023

New Leadership – agil und erfolgreich führen

je 9–16:30 Uhr, IHK Darmstadt, Rheinstraße 89, 64295 Darmstadt

Sie wollen lernen, wie Führung in agilen Kontexten funktioniert? Sie möchten Ihre Herausforderungen mit der sich immer schneller verändernden Arbeitswelt reflektieren? Sie möchten einen fundierten Überblick über New-Leadership-Kompetenzen bekommen? In unserem Best-Practice-Workshop erhalten Sie praxisnahe Informationen, wie Sie Selbstorganisation und Transparenz fördern sowie moderne Formen der Zusammenarbeit etablieren. Wie Sie durch ein modernes Führungsverständnis agil und erfolgreich führen und so den Rahmen für aktive Mitarbeit und positive Arbeitskultur schaffen. Teilnahme: 449 Euro pro Person.

www.ihk.de/darmstadt

→ Nr. 28819

07. + 08.11.2023

Data Science und KI richtig verstehen und im Produktionsprozess anwenden

je 9–16 Uhr, TU Darmstadt, Prozesslernfabrik CiP (Gebäude L1/07 206), Jovanka-Bontschits-Str. 10, 64287 Darmstadt

In einem Grundlagen-Workshop erfahren Sie, was es mit KI, Data Science und Machine Learning auf sich hat und welches Potenzial die Technologien für Ihr mittelständisches Unternehmen bergen. Außerdem lernen Sie, wie Projekte in diesem Bereich erfolgreich durchgeführt werden. Ebenso wird die Brücke zur Produktionsoptimierung und Prozessoptimierung geschlagen. Sowohl die Grundlagen als auch die Umsetzung

werden praxisnah und in einer Produktionsumgebung vermittelt.

www.digitalzentrum-darmstadt.de/

[Veranstaltungen](#)

09. + 16. + 23.11.2023

IHK-Online-Sprint »Nachhaltigkeitsberichterstattung« jeweils 16:30–18 Uhr, online

Kaum ein Thema innerhalb des Bereichs Nachhaltigkeit erfährt derzeit so viel Aufmerksamkeit wie die Berichterstattung. Dafür sorgen verschärfte gesetzliche Vorgaben, gestiegene Anforderungen von Stakeholdern an Unternehmen sowie eine gesellschaftliche Erwartungshaltung zu höherer Transparenz. An drei Abenden lernen Sie unter anderem, welchen unternehmerischen Mehrwert ein Reporting für Sie generiert, wie die richtige Herangehensweise bei der Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts ist und wie Sie den Bericht als Kommunikationsinstrument nutzen können. Teilnahme: 289 Euro pro Person.

www.ihk.de/darmstadt

→ Nr. 37865

VOLLVERSAMMLUNG

30.11.2023

Die Sitzungen der Vollversammlung der IHK Darmstadt sind für Mitglieder öffentlich. Eine Anmeldung beim Sekretariat der Hauptgeschäftsführung ist aus organisatorischen Gründen erforderlich:

T 06151 871-1203

M hauptgeschaeftsfuehrung@darmstadt.ihk.de

**Management
auf Zeit: Aber wo
wohnt die Familie?**

Am besten in Seeheim-Jugenheim: Internationale Schule vor Ort, ideale Verkehrsanbindungen. Also: Reihenhauses in Seeheim mieten: 150 qm, 3 Schlafzimmer, 1 Wohnzimmer, großes Dachstudio. Das Haus ist möbliert, voll ausgestattet, zentral in ruhiger Anliegerstraße gelegen. Perfekt für Eltern mit Kindern, die vorübergehend im Rhein-Main-Gebiet arbeiten. Frei ab Januar 2024. Von Privat. Monatsmiete 2.000,00 € plus NK.

Interessiert? Tel. 0171-4129195 oder E-Mail: house-in-seeheim@web.de

KOSTENFREIE SPRECHSTUNDEN

In Kooperation mit externen Dienstleistern und Beratern bietet die IHK Gründer*innen und Unternehmer*innen regelmäßig kostenfreie, individuelle Sprechstunden zu den unterschiedlichsten Themen an. Die Sprechstunden zur Unternehmensnachfolge finden in der Regel vor Ort in der IHK Darmstadt statt; alle anderen Sprechstunden werden als Onlineberatung durchgeführt.

Information und Anmeldung:
www.ihk.de/darmstadt
 → Nr. 4284882

—
07.+ 21.11.2023
Steuerberater-Sprechstunde

—
07.11., 05.12.2023
Sprechstunde »Öffentliche Finanzierungshilfen« (WIBank)

—
22.11., 06.12.2023
Sprechstunde zur Beratungsförderung (RKW Hessen)

—
31.10., 28.11.2023
Sprechstunde zum Markenrecht

—
23.11.2023
Sprechstunde »Marketing und Vertrieb«

—
08.11.2023
Sprechstunde »Webseiten- und Social-Media-Check« (IT FOR WORK)

—
22.11.2023
Sprechstunde »Impressum & Co. – rechtssicherer Online-Auftritt«

—
21.11.2023
Sprechstunde »IT-Sicherheit« (IT FOR WORK)

—
24.11.2023
Sprechstunde »Qualitätsmanagement«

—
15. + 30.11.2023
Sprechstunde zur Unternehmensnachfolge

—
Auf Anfrage
Sprechstunde »Unternehmen in schwierigen Situationen«

Fragen zu den Werkstattgesprächen und kostenfreien Sprechstunden beantworten:

Heike Flenner und Sina Neumann
 T 06151 871-1133
 M veranstaltung@darmstadt.ihk.de

WERKSTATTGESPRÄCHE ONLINE

Schnell, kompakt und praxisorientiert über aktuelle Themen rund um die Unternehmensführung informieren und austauschen: Die kostenfreien »Werkstattgespräche online« der IHK stehen Gründer*innen sowie kleinen und mittleren Unternehmen offen.

Information und Anmeldung:
www.ihk.de/darmstadt
 → Nr. 137556

—
09.11.2023
Erfindung oder Innovation? – Schutzrechte für Start-ups und Unternehmen

—
16.11.2023
Unternehmensgründung leicht gemacht

—
23.11.2023
Gründung durch Übernahme

—
30.11.2023
UWG und Preisangabenverordnung: Wie gelingt rechtssichere Werbung?

—
07.12.2023
Die passende Rechtsform für mein Unternehmen

Cybersecurity-Experten gesucht? Managed Services sind die Lösung!

ANZEIGE

Cyberattacken treffen Unternehmen in allen Branchen – die Frage ist nur wann. Einen effizienten Schutz gegen raffinierte Angriffe können traditionelle technische Security-Lösungen allein nicht mehr ausreichend garantieren. In einer aktuellen bitkom-Umfrage bestätigen 57 Prozent, dass sie Schwierigkeiten bei der Cyberabwehr haben. Die Kombination aus Security-Technologie, Künstlicher Intelligenz und menschlicher Expertise bietet den bestmöglichen Schutz, ist jedoch für viele Unternehmen aufgrund von Kosten und dem Mangel an Security-Experten nicht abbildbar. Abhilfe für jedes Unternehmen in jeder Branche und in jeder Größe sind Cybersecurity-Services. Ausgewiesene Sicherheits-Experten ergänzen das technische Security-Ökosystem. Die Vorteile: Die Security ist in der Lage, Angriffe frühzeitig zu erkennen und abzuwehren, die Kosten sind deutlich niedriger als bei einer internen Organisation und die Security kann unkompliziert an Veränderungen sowie individuelle Anforderungen im Unternehmen angepasst werden.

www.sophos.de/mdr

SOPHOS

WEGBEREITER FÜR DIE VERKEHRSWENDE

Gerade auf Kurzstrecken sind E-Bikes eine umweltfreundliche Alternative zum Auto. Jürgen Fuchs hat bereits vor rund zehn Jahren in seinem Fahrradgeschäft in Groß-Gerau auf die batterieunterstützten Zweiräder umgestellt. Doch das Thema Nachhaltigkeit spielt für ihn nicht nur beim Angebot eine wichtige Rolle.

TEXT Stephan Köhnlein **FOTOS** Klaus Mai

Die Beziehung zum Fahrrad war bei Jürgen Fuchs keine unkomplizierte Liebe auf den ersten Blick: Vor gut 30 Jahren wollte er zusammen mit einem Freund eigentlich auf frisierten Mopeds nach London fahren. Doch am Tag vor der Abreise beschlagnahmte die Polizei bei einer Verkehrskontrolle die Mopeds. Weil die beiden jungen Männer trotzdem nicht auf die Reise verzichten wollten, stiegen sie auf Fahrräder um. »Wir waren unerfahren, leidenschaftlich und wollten das einfach probieren«, erinnert er sich. Sie kamen tatsächlich in London an. Doch auf dem Rückweg wurden ihnen in der französischen Hafenstadt Calais die Räder gestohlen. Sie mussten mit der Bahn zurückkehren.



Jürgen Fuchs in seinem Laden in Groß-Gerau.

Trotzdem hatte Jürgen Fuchs das Fahrrad gepackt. Zunächst kaufte der ausgebildete Schreiner gebrauchte Räder, möbelte diese auf und verkaufte sie mit Gewinn weiter. Auch seine Frau Andrea Groll, ursprünglich Krankenschwester, hatte sich mit dem Fahrrad-Virus infiziert. Zunächst hatten sie zusammen einen kleinen Laden, dessen Angebot alles rund um das Fahrrad umfasste. 2005 zogen sie in ein größeres Ladengeschäft im Zentrum von Groß-Gerau. »Das war schon ein riskanter Schritt«, sagt er. »Wir hatten damals zwei kleine Kinder, aber wir haben es einfach gemacht.« Der unternehmerische Mut zahlte sich aus.

E-BIKES PUNKTEN MIT BEQUEMLICHKEIT

Seit rund zehn Jahren verkauft er in seinem Geschäft mit angeschlossener Service-Werkstatt nur noch E-Bikes. Auch mit dieser Entscheidung lag er richtig: Im Jahr 2023 werden laut Jürgen Fuchs voraussichtlich erstmals mehr Elektroräder als klassische Fahrräder – auch »Bio-Bikes« genannt – verkauft. Der Grund dafür, so glaubt er, hängt damit zusammen, dass das E-Bike die Menschen in ihrer Bequemlichkeit abhole. Während beim Bio-Bike das Fahren immer an die körperliche Kraft gebunden sei – erst recht, wenn man noch mit einem Anhänger oder bei Hitze unterwegs sei –, könne man bei E-Fahrrädern solche Beschwerlichkeiten einfach wegschalten.

Unter Umweltgesichtspunkten wäre es noch etwas besser, mit Bio-Bikes zu fahren. Denn die Lithium-Ionen-Akkus der E-Bikes belasten das Klima bei Herstellung und Entsorgung mit 22 bis 30 Kilogramm CO₂. »Das entspricht etwa dem Ausstoß von 100 Kilometern Fahrstrecke mit dem Auto. Damit sind die Treibhausgasemissionen des Akkus jedoch schon nach 100 Kilometern mit dem E-Bike beglichen«, wie Jürgen Fuchs mit Verweis auf Zahlen des Umweltbundesamts vorrechnet.

Zum Auto sind die E-Bikes also in jedem Fall eine umweltfreundliche Alternative – gerade in Städten und für kürzere Entfernungen. Rund 70 Prozent aller zurückgelegten Wege liegen laut Jürgen Fuchs im Entfernungsbereich bis zu zehn Kilometern.

- Wir verkaufen das E-Bike von Riese & Müller aus voller Überzeugung.
- Wir arbeiten eng mit Riese & Müller zusammen, damit Sie das Produkt in all seinen Facetten kennenlernen können.
- Wir helfen uns Zeit, Sie ausführlich zu beraten.
- Wir möchten, dass Sie die Marke Riese & Müller anrufen können, wir haben ausreichend Fachpersonal vor Ort, und Sie können gerne weitere Ausfahrten an.
- Wir stehen für eine hohe Stückzahl zur Verfügung.
- Wir werden Sie von Riese & Müller unterstützen.
- Wir sind „Servicepartner“ für Deutschland!



Hier gibt es besonders viel Potenzial für die Elektroräder. »Wir werden sicher nicht 45 Millionen Verbrenner auf 45 Millionen E-Autos umstellen«, sagt der Fahrradhändler. »Wir brauchen einfach weniger Autos auf der Straße. Dann haben auch die wieder Platz, die auf das Auto absolut angewiesen sind.«

DAS AUTO IST MANCHMAL AUCH OKAY

Bei seinem Angebot setzt Jürgen Fuchs auf hohe Qualität und Reparierbarkeit. Billigware aus China gebe es bei ihm nicht. »Wir sind ein Premiumanbieter. Die Produkte bestehen auch im Alltag. Wenn die Leute auf den Geschmack kommen, fahren sie auch schon mal 2.000 Kilometer pro Jahr mit dem E-Bike.« All das hat seinen Preis. Für ein Einstiegsmodell ist man bei ihm ab etwa 4.000 Euro dabei. Ein schnelles Rad, das Geschwindigkeiten von mehr als 40 Stundenkilometer erreicht, kostet um die 5.500 Euro. Diese Anschaffungskosten relativierten sich jedoch im Vergleich zu den laufenden Kosten eines Autos. Da liege man zwischen 350 Euro und 550 Euro monatlich – und das nicht für ein Luxusmodell.

Das Thema Nachhaltigkeit beschäftigt Jürgen Fuchs auch bei der Art, wie er seinen eigenen Laden führt. Dafür hat er sich auch vom Verbund Service und Fahrrad (VSF) zertifizieren lassen. »Wir versuchen, unter diesem Gesichtspunkt alle Geschäftsprozesse zu optimieren«, sagt er. Das fängt bei der Energie an. Seit vielen Jahren beziehe der Laden nur grünen Strom. Die Schaufensterbeleuchtung habe er reduziert, weil das

eigentliche Schaufenster ohnehin das Internet sei. Müll werde vermieden, wo es nur gehe. Aber auch der Umgang mit den Mitarbeiter*innen sei wichtig, umfasse eine Pausenkultur, aber auch Boni wie eine zusätzliche Altersversorgung oder Dienst-E-Bikes. »Wenn wir eine Chance im Einzelhandel haben wollen, müssen wir unsere Mitarbeitenden pflegen.«

Bei der Verkehrswende geht Jürgen Fuchs mit gutem Beispiel voran: Seit mehr als 25 Jahren besitzen er und seine Frau kein eigenes Auto mehr. Auf lokaler und kommunaler Ebene engagiert sich Jürgen Fuchs zudem für eine Verkehrswende – beispielsweise mit einer eigenen Website, die Tipps für den Umstieg aufs Cargo-Bike liefert, und mit der Unterstützung der Initiative »Forum Verkehrswende Groß-Gerau«.

Der Fahrradhändler betont, dass es ihm nicht darum gehe, Autos oder ihre Benutzer*innen zu verdammen. In Einzelfällen – wenn es beispielsweise zum Besuch bei der Schwiegermutter geht, die rund 50 Kilometer entfernt lebt – greift die Familie gern selbst auf ein Elektro-Mietauto zurück. »Doch wenn wir beim Verkehr grundsätzlich so weitermachen, werden wir gegen die Wand fahren«, ist er überzeugt. »Mit der Wahl seines Verkehrsmittels kann jeder einen Beitrag dazu leisten, dass wir eine Wende hinbekommen.«

www.fahrrad-fuchs.de
autolos.fahrrad-fuchs.de

TREFFPUNKT



Udo Bausch, Oberbürgermeister von Rüsselsheim.

► Die **Vollversammlung der IHK Darmstadt** tagte Mitte September an ungewöhnlichem Ort: Die Mitglieder des Gremiums und geladene Unternehmer*innen kamen in der Werkhalle in **Rüsselsheim** zusammen, einem Denkmal der Industriekultur. Rüsselsheims Oberbürgermeister Udo Bausch ging in seiner Rede darauf ein, dass sich Stellantis, der Mutterkonzern von Opel, von 120 Hektar seines Werksgeländes trennen möchte. Bausch sieht darin eine historische Chance für die Stadt, die seit mehr als 160 Jahren eng mit der Geschichte von Opel verknüpft ist. Die frei werdenden Flächen böten »ein riesiges Potenzial für die Stadtentwicklung, das im Rhein-Main-Gebiet seinesgleichen sucht«. Die Stadt Rüsselsheim begleite diesen Umbruch in der Stadtplanung bei der **Ausweisung neuer Wohn- und Gewerbeflächen**. Zugleich trete Rüsselsheim aber auch als Bieter auf die Flächen auf. Großes Entwicklungspotenzial für den Wirtschaftsstandort Rüsselsheim sieht auch IHK-Präsident Matthias Martiné. »Mehr als jeder zweite Euro wird in Rüsselsheim im verarbeitenden Gewerbe verdient. Das bietet interessante Anknüpfungspunkte für Neuansiedlungen«, bemerkte Martiné. Mit Blick auf die Realisierung der Flächennutzung mahnte er zugleich an, politische Wünsche zur Entwicklung und die tatsächlichen Bedarfe interessierter Unternehmen in Einklang zu bringen.



IHK-Präsident Matthias Martiné und IHK-Hauptgeschäftsführer Robert Lippmann (unten).



Anders als sonst üblich tagte die Vollversammlung der IHK Darmstadt nicht in Darmstadt, sondern in der geschichtsträchtigen Werkhalle in Rüsselsheim.
Fotos: Dennis Möbus



WEMOtec
SICHER IN ALLEN HÖHEN

Arbeitsbühnen, Stapler und Krane
Beratung • Service • Schulung • Vermietung

Mietstation: Groß-Umstadt
T 0800 / 5118110 E arbeitsbuehnen@wemo-tec.com




Zahlungsansprüche noch vor Jahresende sichern

Mit Ablauf des 31. Dezember verjähren die Zahlungsansprüche des täglichen Geschäftsverkehrs, die der regelmäßigen Verjährungsfrist unterliegen. Jährlich gehen Gläubigern Millionenbeträge verloren, weil die Verjährungsfristen nicht beachtet werden.

Die regelmäßige Verjährungsfrist beträgt drei Jahre. Diese Frist gilt für alle Ansprüche des täglichen Lebens, die nicht anderweitig geregelt sind, zum Beispiel Ansprüche auf Kaufpreis- oder Mietzahlungen. Die Verjährungsfrist beginnt am Ende des Jahres, in dem der Anspruch entstanden ist.

Verjährungsfristen können gehemmt werden oder neu beginnen. Eine Hemmung erfolgt etwa durch rechtzeitiges Beantragen und Zustellen eines gerichtlichen Mahnbescheides. Auch durch die Aufnahme von Verhandlungen zwischen Gläubiger und Schuldner tritt eine Hemmung ein. Die Verjährungsfrist beginnt neu, wenn ein Anerkenntnis des Schuldners vorliegt oder eine gerichtliche oder behördliche Vollstreckungshandlung vorgenommen wird.

Creditreform 

TO-DO BIS 31.12.

**AN ALLES
GEDACHT?**



Wir sorgen dafür, dass Sie an Ihr Geld kommen. Schnell, professionell und sicher.

Weitere Informationen erhalten Sie bei Creditreform Darmstadt Skoruppa KG unter Telefon 06151 / 87 50 - 0 • info@darmstadt.creditreform.de

WELCHE WERTE SIND IHNEN WICHTIG?

Foto André Bechtold: Bechtold & Sohn; Foto Ralf Lokay: Fotostudio Hirch; Foto Thomas Wickop: Einhorn-Apotheke



André Bechtold

Geschäftsführer
Bechtold & Sohn, Oberzent

»Bechtold & Sohn kann auf eine lange und erfolgreiche Geschichte zurückblicken – und das ist kein Zufall! Auch in der fünften Generation wird das Familienunternehmen mit den gleichen Werten sicher auf Kurs gehalten, mit denen schon der Drechslermeister Johann Peter Bechtold 1885 seinen Betrieb gründete: Qualität, Kontinuität, Persönlichkeit und Engagement. Diese Tugenden bilden die Eckpfeiler unserer Firmenphilosophie, mit denen wir uns einen hervorragenden Ruf bei Industriebetrieben vorwiegend in den Bereichen Pharma, Medizin und Chemie erworben haben. Die kontinuierliche Forschung und die Entwicklung neuer Produkte sind unsere Passion geworden. Mit engagierten Mitarbeitern, modernen Maschinen und einem zertifizierten Qualitätsmanagement entsteht so Kunststoff in Bestform.«



Ralf Lokay

Geschäftsführer Druckerei Lokay, Reinheim

*»Ich bin überzeugt: Gerade beim Thema Nachhaltigkeit muss die Markenidentität von innen kommen! Wer sich nur schnell ein grünes Mäntelchen überwirft, riskiert Greenwashing-Vorwürfe, Imageschäden oder sogar Klagen. Umweltbewusste Printproduktion ist unser Unternehmenskern, wir sind Vorreiter und seit vielen Jahrzehnten auf diesem Weg. Als ich 1998 auf pflanzenbasierte Farben umgestellt habe, wurde ich belächelt – heute profitiert die Marke Lokay von dieser und vielen anderen Geschichten, die deutlich machen, dass wir aus persönlicher Überzeugung heraus handeln. Und die Kund*innen wissen den Unterschied zu schätzen: ›Gedruckt bei Lokay‹ ist ein Qualitätsmerkmal. ›Tue Gutes und rede darüber‹ – in dieser Reihenfolge, nicht andersrum.«*



Thomas Wickop

Inhaber Einhorn-Apotheke,
Darmstadt

»Die Einhorn-Apotheke steht für eine zuverlässige, kompetente Versorgung der Bevölkerung mit Gesundheitsprodukten seit nun über 450 Jahren. Wir sind die älteste Apotheke der Stadt und verkörpern eine Verknüpfung von Tradition und Moderne. An erster Stelle steht für uns traditionell der Mensch, also unsere Gäste sowie das Team der Einhorn-Apotheke. Kompetenz bildet sich von innen heraus und es ist uns wichtig, diese als Einhorn-Apotheke zu verkörpern und nach außen zu tragen. Im persönlichen Austausch können wir am besten und sympathischsten überzeugen. Gleichzeitig bieten wir unseren Kunden digital eine umfassende Übersicht über unsere Services und Angebote. Unsere Einhorn-News finden sich auf der Homepage, Verknüpfungspunkte haben wir zum Beispiel zur digitalen Bestellung per App oder Webshop.«

MARKTPLATZ

Alphabetischer Branchenspiegel für Angebote aus Industrie, Handel, Dienstleistung und Werbung

BAUMSPONSORING

Bäume pflanzen im Taunus
Heimische Wälder schützen
www.travelandtree.com

KAMINE

KA-BE
SEIT 1946

Kamine · Öfen · Schornsteine

LAGERTECHNIK

REGATIX
Palettenregale
Fachbodenregale
Kragarmregale
Lagerbühnen ...
www.regatix.com
Tel. 07062 23902-0

STAHLHALLENBAU

STAHL HALLENBAU
02651.96200
Andre-Michels.de

ZEITARBEIT

Koch & Benedict GmbH
Personal-Service.
Ihr zuverlässiger Partner bei Personalbedarf.
Tel. 08 00/2 04 01 00 [kostenfrei]
www.kochundbenedict.de

COMPUTERSCHULUNG

cblick
Gemeinschaft für EDV, Training und Beratung
www.cblick.de
06151 784842

PRÄSENTATIONSMAPPEN

mappenmeister.de
[GEDRUCKTE QUALITÄT ZU SUPER PREISEN]

ÜBERSETZUNGEN

Beglaubigte Übersetzungen DE-EN und mehr vom qualifizierten Profi.
info@linguakraft.de

LinguaKraft
Language Services.

ZEITERFASSUNG

Zeiterfassung, Urlaubsworkflow, Betriebsdaten, Projektzeiten, Zutritt.
www.time-info.de - 06151 33 90 97

CONTAINERDIENST

EAD Eigenbetrieb für kommunale Aufgaben und Dienstleistungen
Containerdienst
Tel. 061 51/1331 00
Sensfelderweg 33
64293 Darmstadt
Fax 1346 333
e-Mail ead@darmstadt.de
Internet www.ead.darmstadt.de

SICHERHEIT

Mobile Einbruchmeldeanlage
Zur Miete und Kauf
Sofortmontage jederzeit
Dem Ernstfall einen Schritt voraus
BWS Sicherheit
www.bws-offenbach.de

WERBEGESCHENKE

Regionale Firmenpräsente gesucht?
www.hessische-geschenkideen.de
Tel. 06173/6010077

Anzeigenschluss für die Dezember/Januar-Ausgabe:
1. NOVEMBER 2023
Sichern Sie sich Ihre Platzierung unter
0 69 / 42 09 03-75
oder verlag@zarbock.de

Mit einer Anzeige im Magazin **Wirtschaftsdialoge** erreichen Sie Ihre Zielgruppe auf höchster Entscheidungsebene.

Fordern Sie jetzt Ihr Angebot an:
Michaela Bracht-Klopfer
069/42 0903 53
michaela.bracht-klopfer@zarbock.de



nachhaltig*

Energie ganzheitlich denken – das geht mit ENTEGA. Unsere Ökoenergie, Solaranlagen und E-Mobilitätslösungen helfen Ihnen, CO₂ einzusparen. Und unsere Glasfasernetze bringen Ihnen außerdem noch ultraschnelles Internet ins Haus. Alle weiteren Infos auf [entega.de](https://www.entega.de)



EINFACH KLIMAFREUNDLICH FÜR ALLE.