connect

Wirtschaftsmagazin der IHK Pfalz

11|12
2024

www.ihk.de/pfalz

Plötzlich IHK-Mitglied

Digitalisierung in der Pflege

Tischrunden: Mehr ist mehr

Erste Landkreis-umfrage

Überraschende Ergebnisse

IHK

A12851

Heimat

[ˈhaɪ̯mat̚]

PHONETISCH

Bilder: stock.adobe.com – Angelina Bambina / barssind

Heimat – ein schwieriger Begriff. Heimat wurde verklärt: Heimatfilme und -musik transportieren mit viel Pathos und Kitsch schöne Landschaften und eine heile Welt. Heimat wurde verbrannt: Im Dritten Reich erweiterte sich die Konnotation um eine dunkle Seite, um Ausgrenzung, um Ideologien, die heute wieder vermehrt politische Bedeutung bekommen. Heimat ist Trend: Schriftzüge wie Pfalzliebe, Pfalzkind, WNSTR prangen auf Shirts und Pullis, Dubbegläser sind en vogue wie nie, zeigen, wo die Weintrinker zu Hause sind.

Heimat ist aber auch ein Wirtschaftsfaktor – und zwar kein geringer. In der IHK-Landkreisumfrage wurde der emotionale Faktor „Heimat“ durchweg besonders hoch bewertet. Spannend ist zu sehen, dass in Kreisen, in denen Wirtschafts- oder Innovationskraft unterdurchschnittlich bewertet wurden, oft die stärkste Assoziation mit Heimat zu erkennen ist. Hier finden sich meist überdurchschnittlich viele Unternehmen, die sich trotz der wahrgenommenen Defizite noch einmal für ihren Standort entscheiden würden, und zwar aufgrund ihrer Heimatverbundenheit. So steht der Begriff Heimat für viele Unternehmerinnen und Unternehmer auch und gerade für die Pfalz – und das ganz ideologiefrei. »

Mehr ab
» Seite 14

PLANUNGSUNSICHERHEIT UND INVESTITIONSSCHWÄCHE KÖNNEN WIR UNS NICHT LÄNGER LEISTEN!

Bilder: adobe.stock.com – 579045330

Die derzeitige Lage ist mehr als vertrackt. Noch bevor der Bruch der Ampelkoalition in Berlin und der Ausgang der Wahlen in den USA politisch für Erschütterung sorgten, hatte sich die Hoffnung auf eine Wiederbelebung der Konjunktur bereits zerschlagen. Nun treffen anhaltende Wachstumsschwäche und fast schon chronische Mutlosigkeit der Unternehmen auf politische Unberechenbarkeit und Stillstand. Umso einschneidender sind die drohenden Konsequenzen: geringere Produktion, Liquiditätsengpässe, Verlagerung ins Ausland oder gar die Geschäftsaufgabe.

Während wir uns daran gewöhnen müssen, dass internationale Krisen die neue Normalität sind, können wir uns innenpolitisch instabile Verhältnisse nicht lange leisten. Denn die – lange Zeit kaschierten oder ignorierten – strukturellen Schwächen des Wirtschaftsstandorts treten mehr denn je offen zutage: Bürokratie sorgt für kaum mehr zu überblickende und nicht mehr umsetzbare Anforderungen. Eine Perspektive für eine zuverlässige und bezahlbare Energieversorgung fehlt. Und bei den Arbeitskosten sind die Löhne nicht nur wegen der Inflation und des Fachkräftemangels deutlich gestiegen, auch durch die Lohnnebenkosten verteuert sich das Personal. Der Anteil, den die Kosten für die Sozialversicherungen am Gesamtlohn ausmachen, hat bereits die 40-Prozent-Marke überschritten und bei allen Sozialversicherungen ist mit steigenden Beiträgen zu rechnen.

Deutschland braucht deshalb unter allen Umständen schnell eine neue handlungsfähige Regierung. Priorität muss dann eine echte Strukturreform haben, damit wir im internationalen Vergleich wieder wettbewerbsfähig werden. Denn nur wenn der Weckruf der Wirtschaft nicht ungehört verhallt, können die Bedingungen für Investitionen in unserem Land wieder verbessert werden. Dazu gehört auch, den Unternehmen mitten in der Krise nicht noch höhere Sozialabgaben aufzubürden. Arbeit darf als Kostenfaktor für Betriebe nicht zum Geschäftsrisiko werden. Und auch die Steuerbelastung sollte von in der Regel über 30 Prozent auf ein wettbewerbsfähiges Niveau reduziert werden. Denn ohne eine starke Wirtschaft lassen sich weder Klimaneutralität noch ein Sozialstaat finanzieren. Doch dafür braucht unsere Wirtschaft derzeit nichts so sehr wie Vertrauen in den politischen Kurs. »

Deutschland braucht schnell eine neue handlungsfähige Regierung. Priorität muss dann eine echte Strukturreform haben.

ALBRECHT HORNBACH
Präsident der IHK Pfalz

INHALTSVERZEICHNIS

SPÄTERER RENTENEINTRITT? 34

02–03 **AUF EIN WORT**

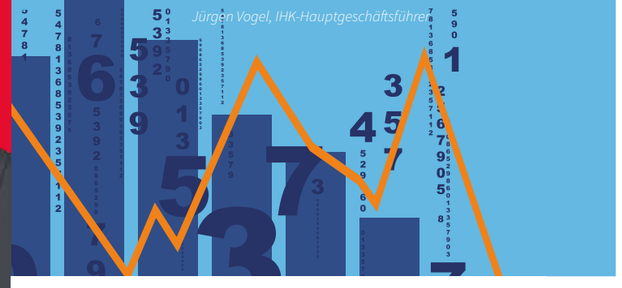
04 **PERSÖNLICH**
Planungsunsicherheit und Investitionsschwäche können wir uns nicht länger leisten!

06–13 **WIR IN DER PFALZ**
Fehlerteufel am Werk: Da es in der vorherigen Ausgabe ein Layout-Problem im Artikel „Die Zukunft des Videomarketings“ gab, finden Sie diesen nun vollständig auf den Seiten 6–7.

14–23 **Erste Landkreisumfrage** mit überraschenden Ergebnissen

„Die Landkreisumfrage ergänzt unsere bisherigen Standortumfragen unter den kreisfreien Städten. Nun haben wir ein komplettes Bild der Standortbedingungen in der Pfalz, mit dem wir fundiert in den Dialog mit der Politik gehen können."

Jürgen Vogel, IHK-Hauptgeschäftsführer



24 **DIGITALISIERUNG**
CO_2-Fußabdruck für Transparenz und Nachhaltigkeit

25–33 **SERVICE & TIPPS**

34–35 **MEINUNG ZUM SCHLUSS**
Späterer Renteneintritt hat Nebenwirkungen

Northwind Filmagentur GmbH

DIE ZUKUNFT DES VIDEOMARKETINGS MEISTERN

In einer zunehmend digitalisierten Welt, in der die Aufmerksamkeitsspanne der Konsumenten immer kürzer wird, hat sich Video als eines der kraftvollsten Werkzeuge im Marketing etabliert. Die Northwind Filmagentur GmbH bietet nun mit ihrer neuen Akademie eine Plattform, die Marketing-Teams, Unternehmer und Selbständige dabei unterstützt, ihre Botschaften durch hochwertige Videos zu vermitteln – und diese auch selbst zu produzieren.

Von unserem Autor Alexander Kessler

Gehört nun verstärkt zum Arbeitsalltag bei Northwind: das Produzieren von Inhalten für die Akademie-Plattform

Unternehmen können mit Videos in der Flut von Informationen sichtbar bleiben und die Markenbindung stärken. Sowohl kleine Start-ups als auch große Konzerne profitieren von der Einbindung von Videos in ihre Marketingstrategien. Technische Hürden sollten dabei kein Hindernis darstellen. Hier bietet die Northwind Akademie die notwendige Unterstützung.

VIDEOPRODUKTION WIRD ZUR KERNQUALIFIKATION FÜR UNTERNEHMEN

„Videos sind heute ein wesentlicher Bestandteil jeder guten Marketingstrategie und die Fähigkeit, hochwertige Videos zu produzieren, wird zu einer essenziellen Kernqualifikation“, sagt Oliver Hoffmann, Gründer und Managing Director von Northwind. Doch warum stellt eine Videoagentur ihre Kern-Expertise zur Verfügung, damit Unternehmen dann selbst produzieren? Die Antwort ist vielschichtig: Zum einen produzieren die meisten Firmen sowieso schon Videos selbst – oft aber mit fragwürdiger Qualität und entsprechend mäßigem Erfolg. Hinzu kommt, dass für Social Media solche Mengen an Content produziert werden, dass damit gerade bei KMUs keine Agentur beauftragt wird. High-End-Produkte wie Image- oder Vorstandsvideos werden nach wie vor an professionelle Agenturen vergeben, hier stellt die Akademie keine Konkurrenz dar.

Letztlich kostet die Akademie auch zwischen 199 und 999 Euro im Monat, je nachdem wie viele Leistungen abgerufen werden. Denn im Unterschied zu einem Online-Kurs bietet die Akademie Live-Betreuung, regelmäßige Updates und persönliche Beratung. Die Teilnehmer lernen, wie sie Filme aufbauen können, um Botschaften schnell und kompakt zu vermitteln und Videos zu erstellen, die effektiv funktionieren. Die Schulungen umfassen den richtigen Einsatz von Equipment, ideale Kameraeinstellungen und die beste Schnittsoftware. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Schulung, wie Unternehmer, Mitarbeiter und Kunden sich vor der Kamera präsentieren können, um kompetent, authentisch und nahbar zu wirken. Dazu stehen Video-Calls, über 20 Stunden Tutorials aber auch ChatGPT-Prompts zum Schreiben von Skripten zum Download zur Verfügung. „Die Geschäftswelt wird ver-videoalisiert“, sagt Technical Director Alexander Oettinger. Er hat die Akademie maßgeblich aufgebaut, von der Programmierung bis hin zu den Inhalten. „Die Nachfrage nach Video-Content ist gigantisch und diesen Videodurst muss man löschen.“

Nach einer Testphase mit 15 Beta-Usern – vom Marketingspezialisten bis zum Kleinunternehmer – geht Northwind nun in den Vertrieb. Ziel ist es, die ersten 100 Nutzer zu gewinnen, denn die Vernetzung und der Erfahrungsaustausch unter den Teilnehmern ist gewünscht. Es geht dabei darum, mit den Trends Schritt zu halten. So revolutioniert gerade Künstliche Intelligenz auch die Videoindustrie.

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ, TIKTOK UND RECHTLICHE ASPEKTE

Die Northwind Akademie unterstützt eine umfassende Sicht auf das Thema Video. Skript, Storytelling oder Film- und Schnitttechnik sind dabei längst nicht mehr alles, um den täglichen Content-Bedarf zu decken. „Es kommt auf Schnelligkeit, Agilität und kurze Abstimmungswege an“, sagt Oliver Hoffmann. Und natürlich auf die richtige Plattform, um die Zielgruppe zu erreichen. „„Mobile first‘ gilt auch für Videos.“ Die werden hauptsächlich auf dem Handy konsumiert, hilfreiche Untertitel können mit KI generiert werden. Gerade ist TikTok die Plattform der Stunde, YouTube bereits ein Dinosaurier – was morgen sein wird, steht in den Sternen. In diesem schnelllebigen Markt bleibt die Balance zwischen Impuls und Kontinuität ein entscheidender Faktor für erfolgreichen Video-Content. Nicht zuletzt bietet die Plattform auch Tutorials zu rechtlichen Aspekten, wie etwa beim Einsatz von Musikstücken in Videos.

Mit der Akademie öffnet sich die in Ludwigshafen-Oppau beheimatete Northwind Filmagentur erstmals auch überregional. Ob die derzeit 16 Mitarbeitenden bald neue Kollegen bekommen werden, ist offen. Sicher sind sich Hoffmann und Oettinger aber darin, dass die Teilnehmer – und die Aufträge – künftig nicht mehr nur vornehmlich aus der (Kur-)Pfalz kommen werden. Entsprechend wird sich Northwind auch breiter aufstellen. »

northwind.de

Bild: Adobe Stock 402859095

Die Köpfe hinter der Northwind Akademie: Oliver Hoffmann (links) und Alexander Oettinger

Schuster & Sohn KG

FLEXIBILITÄT UND MUT ZUM WANDEL ZAHLEN SICH AUS

Mit gebührendem Stolz auf das Erreichte feiert das Familienunternehmen Schuster & Sohn sein 150-jähriges Jubiläum. Das Erfolgsrezept: immer am Puls von Markt und Kunden agieren und bereit sein, sich im Fall der Fälle neu zu erfinden.

Von unserem Autor Andreas Becker

Schuster & Sohn handelt mit Brennstoffen wie Heizöl und Pellets sowie Kraftstoffen – Benzin und Diesel. Die Versorgung mit Gas und Strom rundet das Angebot ab. Mit eigener Lkw-Flotte und regional verteilten Tank- und Produktlagern werden Haushalte und Unternehmen bedient – rund eine Million Liter pro Tag beträgt die Ausfuhrkapazität alleine für Flüssigprodukte. Für Gewerbekunden gibt es Schmierstoffe und passende Lösungen von Lagerung, Logistik und Entsorgung bis hin zur Anwendungsberatung.

„Kaum jemand weiß, dass wir vor über hundert Jahren noch Kolonialwaren und Hausbedarf verkauft haben“, berichtet Silka Fritzinger, Vorsitzende der Geschäftsleitung der Schuster & Sohn KG. Auch wenn damals bereits mit Benzinen und Ölen gehandelt wurde, hat sich in einer bewegten Firmenhistorie das Angebot seither grundlegend gewandelt (mehr zur Historie lesen Sie auf der IHK-Website unter Nummer 6308006).

Vor sechzehn Jahren trat die Kaiserslautererin in das Unternehmen ein und „wuchs schrittweise in die Geschäftsleitung hinein“, wie Fritzinger sagt. Anfang 2024 ist sie Gesellschafterin der Schuster & Sohn KG geworden. Ihr Stiefvater und Vorgänger in der Geschäftsleitung Dr. Axel Wiesenhütter, ehemals Präsident der IHK Pfalz (1988–2004), gehört heute noch dem Beirat des Familienunternehmens an. Zu seinen Verdiensten zählt der Ausbau und die Fokussierung auf die Segmente Chemie, Farben und Mineralöle mit seinerzeit bis zu 340 Mitarbeitenden. Er hat aber auch das Gespür und die Voraussicht für richtungsweisende Maßnahmen, wie sich frühzeitig zu digitalisieren oder von Geschäftsbereichen zu trennen. „Man muss sich stets hinterfragen

Ein starkes Team: Silka Fritzinger und Dr. Axel Wiesenhütter

und bereit sein, mit Weitsicht Dinge zu beenden, um Neues anfangen zu können“, bringt Fritzinger den bewiesenen Mut zum Wandel auf den Punkt.

Heute positioniert sich der 1874 gegründete Traditionsbetrieb als moderner Energiedienstleister. Zur Gruppe gehören Tochterunternehmen wie der Pellets-Anbieter Lauer Energie und SuS Smarte Energie mit Angeboten für Heizungsbau, Sanitär, Photovoltaik, Elektro- und Klimatechnik. „Die SuS Smarte Energie ist für uns ein Wachstumssegment, nur der Fachkräftemangel bremst uns noch aus“, erklärt Fritzinger. Ebenso würde sie gern mehr als die aktuell fünf Azubis ausbilden, „wenn es genug qualifizierte Bewerbungen gäbe“.

Schmierstofflieferung zu jeder Tages- und Nachtzeit

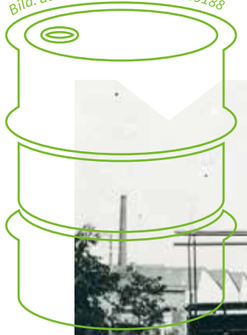
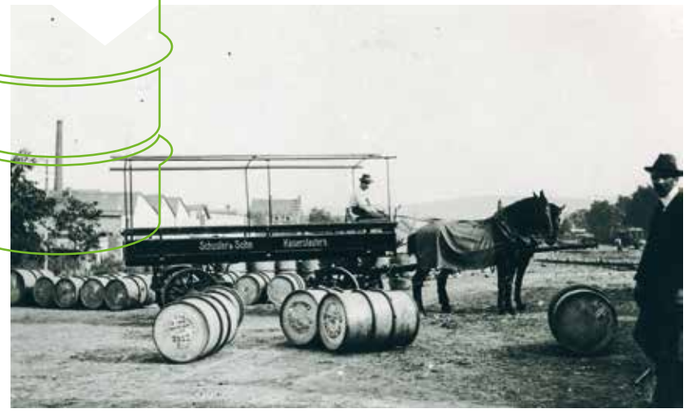


Bild: adobe.stock.com – 556509188



Eine frühe spezielle Dienstleistung: „Lieferservice“ mit eigenem Pferdefuhrwerk, um 1910

Von Anfang an war der Sitz in Kaiserslautern, weitere Standorte gibt es in Pirmasens, St. Wendel, Trier, Idar-Oberstein und Luxemburg mit acht Tankstationen. 140 Mitarbeitende betreuen dort die Kunden; ein Drittel des Umsatzes wird in der Pfalz erwirtschaftet. Noch immer überwiegt der langsam sinkende Absatzanteil von Heizöl mit 55 Prozent. Rund 480.000 Ölheizungen gibt es im Einzugsgebiet. Und Schmierstoffe – ob organisch oder anorganisch – würden ohnehin so lange gebraucht, wie es Reibung zwischen beweglichen Maschinenteilen zu reduzieren gelte, stellt Fritzinger heraus.

„Bestehende Infrastruktur ist eine Konstante, die man nutzen sollte“, lautet ihre Einschätzung. Gleichzeitig betont sie, dass Schuster & Sohn an innovativen Kraftstoffen interessiert ist und die Entwicklung genau beobachtet. Ganz aktuell könnten die Kunden jetzt auch schon emissionsreduzierte HEION- und HVO-Dieselkraftstoffe in den Future Fuels Parks im Industriegebiet Nord in Kaiserslautern und Enkenbach-Alsenborn tanken.

ENERGIESTAMMTISCH INS LEBEN GERUFEN

Ihre Expertise zur Energiewende teilt die Schuster & Sohn KG auch mit den Kunden: Bereits zweimal fand in der Barbarossastadt der im Sommer ins Leben gerufene Pfälzer Energiestammtisch statt – mit externen Rednern und offener Diskussion mit den jeweils rund 70 Teilnehmenden.

„Wir unterstützen Technologieoffenheit und sind uns bewusst, dass beim Einsatz flüssiger Energieträger ein Umdenken stattfinden muss. Wir halten Verbote jedoch für den falschen Weg und setzen auf Alternativen“, betont Fritzinger und kann nicht verstehen, dass die hohen Potenziale von Diversität in der Energiedebatte der Bundespolitik sträflich liegengelassen werden. Zu wenig bedacht sieht sie ebenso, dass Wallboxen und Wärmepumpenheizungen vom Versorger „von jetzt auf gleich“ abgeschaltet werden könnten – und unabhängig zu sein, nicht nur in der Mobilität ein äußerst wichtiges Gut sei.

Vor diesem Hintergrund würden die vorhandenen Geschäftsbereiche von Schuster & Sohn auch in Zukunft eine wichtige Rolle spielen, auch wenn sich die Gewichtung verändern möge. Wohin genau jedoch, so Fritzinger weiter, könne allenfalls ein Blick in die Kristallkugel zeigen. »

schusterundsohn.de

BILDERGALERIE UND HISTORIE UNTER:

ihk.de/pfalz, Nr. 6308006

Älteste Aufnahme, auf der der Gründer eindeutig identifizierbar ist: Karl Schuster, um 1910

Wipotec GmbH

BLAUPAUSE FÜR DIE INDUSTRIELLE NACHHALTIGKEIT

In Kaiserslautern lebt der weltweit vertretene Spezialist für Wiege- und Inspektionstechnik Wipotec Energieeffizienz und -autarkie ökologisch wie wirtschaftlich sinnvoll vor.

Von unserem Autor Andreas Becker

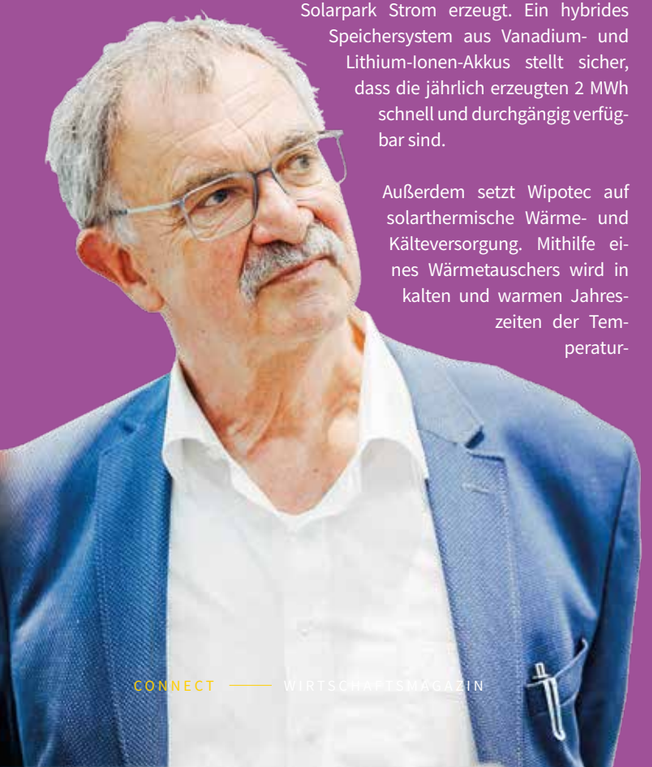
Industriebetriebe aller Art ächzen unter den Energiekosten – nicht so die Wipotec GmbH. 85 Prozent seines Strombedarfs produziert der mittelständische Maschinenbauer aus regenerativen Quellen selbst, auf 97 Prozent beziffern sich die erzielten CO_2-Einsparungen. Zu verdanken ist dies der Weitsicht und dem Tüftlergeist von Theo Düppre. Seit 15 Jahren setzt der Gründer und geschäftsführende Gesellschafter ein energetisches Projekt nach dem anderen schrittweise um.

Den Anfang machte eine Fußbodenheizung für die Produktion, gespeist von Erdwärme aus einem Geothermiefeld auf dem Parkplatz. Seit 2013 wird im benachbarten Solarpark Strom erzeugt. Ein hybrides Speichersystem aus Vanadium- und Lithium-Ionen-Akkus stellt sicher, dass die jährlich erzeugten 2 MWh schnell und durchgängig verfügbar sind.

Außerdem setzt Wipotec auf solarthermische Wärme- und Kälteversorgung. Mithilfe eines Wärmetauschers wird in kalten und warmen Jahreszeiten der Temperaturunterschied zum Vorkühlen bzw. -heizen der Gebäude genutzt; sogar Brunnenwasser kommt für die Kälteversorgung zum Einsatz. Überschüssige Wärmeenergie wird in einem Geomassivspeicher gespeichert, um sie im Winter nutzen zu können.

„Man muss es einfach machen und beim nächsten Mal wird es dann noch besser“, lautete die Devise des gelernten Elektroingenieurs Düppre bereits bei Gründung des Lehrstuhl-Spin-offs 1988. Basis für die stete Weiterentwicklung war eine neuartige Wägezelle (das Herzstück von Waagen), die auf elektrodynamischer statt mechanischer Basis arbeitet „und damit präziser, schneller und verschleißarm“, wie Düppre betont.

Die dynamische Wiegetechnik ist in den Fertigungsstraßen weltweiter Kunden integriert – in Branchen wie Lebensmittel, Chemie, Pharma und Kosmetik, Postdienst und Logistik. In rasanter Durchlaufgeschwindigkeit werden dort die Produkte milligrammgenau gewogen und bei Abweichung automatisch aussortiert. Dabei meistert Wipotec auch Herausforderungen wie steigend verlaufende Bänder oder die Messung von Endlosprodukten. Darüber hinaus gehören mittlerweile auch Anlagen zur Inspektion, Rückverfolgbarkeit, Kennzeichnung und Etikettierung zum Angebot.



Setzt seit 15 Jahren erfolgreich energetische Projekte um: Theo Düppre

5 Prozent seines Strombedarfs produziert der mittelständische Maschinenbauer Wipotec aus regenerativen Quellen, wie solarthermischer Wärme- und Kälteversorgung oder Erdwärme aus einem Geothermiefeld auf dem Parkplatz.

„Made in Germany heißt für uns ausschließlich made in Kaiserslautern“, sagt Düppre. Über 4.000 Systeme entstehen am Hauptsitz jedes Jahr. Die meisten Bestandteile dafür werden selbst hergestellt, etwa die Software – die Fertigungstiefe liegt bei 85 Prozent. Mit gut gefüllten Auftragsbüchern hält Wipotec am Nachhaltigkeitskurs fest. Bislang sind 15 Millionen Euro in die Energieeffizienz und -autarkie geflossen, das meiste davon selbst finanziert und gerade einmal im einstelligen Prozentbereich subventioniert. Unbeirrt hat Düppre das Ziel ausgegeben, nächstes Jahr komplett CO_2-neutral aufgestellt zu sein. Ein noch fehlender Baustein auf dem Weg dorthin steht in Form einer Windenergieanlage bereits kurz vor der Umsetzung. »

wipotec.com

WIPOTEC IN ZAHLEN:

- 167 Millionen Euro Umsatz im Jahr 2023
- 1.200 Mitarbeitende, davon 900 in Kaiserslautern
- 50 Auszubildende und dual Studierende
- 5 weitere deutsche Standorte, 12 weltweit
- Vertriebs- und Servicepartner in über 100 Ländern auf allen Kontinenten

Building Monitoring Services GmbH

KLIMATISIERUNG IM WEINKELLER MIT NATÜRLICHEN RESSOURCEN

Durch den Einsatz von intelligentem Monitoring und der Nutzung klimatischer Außenbedingungen konnte das Weingut Braun in Meckenheim den Energieverbrauch seines Weinkellers signifikant senken.

Eine Steuerung der Lüftungsanlage trägt dafür unter Ausnutzung der klimatischen Außenbedingungen maßgeblich zur Optimierung der Betriebskosten bei, ohne dabei die Qualität der Weinlagerung zu beeinträchtigen. Das Weingut zeigt damit, wie moderne Technologie zur Effizienzsteigerung auch in traditionellen Bereichen genutzt werden kann.

Das Building Monitoring erfasst Messwerte, deren Auswertung die Grundlage für die Entwicklung von Algorithmen bildet. Diese wiederum sind selbstoptimierend und reagieren dynamisch auf die jeweiligen Betriebszustände des Weinkellers. Ein Dashboard liefert dem Weingut dabei alle relevanten Informationen und schafft Verständnis über das Kellerverhalten. Im Betriebsjahr 2023 wurde der Energiebedarf für Lüftung und Dampfbefeuchter um 37.000 kWh reduziert. »

building-monitoring.de

Progroup AG

INVESTITION IN REGION UND MARKTAUSBAU

Seit August betreibt die Progroup AG eine neue Wellpappformatfabrik in Petersberg. Das hochmoderne Werk PW15 stärkt den Wirtschaftsstandort und markiert einen Meilenstein auf dem Wachstumskurs.

Von unserem Autor Andreas Becker

Im Jahr 1991 als Prowell von Jürgen Heindl gegründet, zählt die heutige Progroup AG zu den europaweit führenden Herstellern von Wellpappformaten und dazugehörigem Wellpappenrohpapier. Das Familienunternehmen mit Sitz in Landau und weiteren 14 Standorten in Zentraleuropa beschäftigt über 1.700 Mitarbeitende und hat 2023 rund 1,3 Milliarden Euro umgesetzt. Für den Vorstandsvorsitzenden Maximilian Heindl stehen die Zeichen auf Wachstum: Bis nächstes Jahr will er die Größe im Vergleich zu 2015 verdoppelt haben.

Auf dem vorgegebenen Weg ist jetzt in Petersberg bei Pirmasens ein neues Wellpappformatwerk entstanden; Start des Echtbetriebs von PW15 war im August. Mehr als 90 Millionen Euro wurden für den Neubau sprichwörtlich auf der grünen Wiese in die Hand genommen. Das rund 30.000 Quadratmeter große Werk verfügt über Hightech-Anlagen, auf denen – mit einer Ausstoßgeschwindigkeit von 400 Metern pro Minute – bis zu 200.000 Tonnen Wellpappformate im Jahr hergestellt werden können.

Wichtiger Impuls für die Region: Trotz betont hohem Automatisierungsgrad hat PW15 in der Region 60 neue Arbeits- und Ausbildungsplätze geschaffen. »

progroup.ag

3 FRAGEN AN ...

Maximilian Heindl, Vorstandsvorsitzender der Progroup AG

WARUM WILL DIE PROGROUP IN ZEITEN WIE DIESEN WACHSEN?

Ganz klar: weil wir an den Erfolg unseres Geschäftsmodells glauben. Der Bedarf an Verpackungen und damit an Wellpappe ist zwar eng verknüpft mit der Konjunktur und wir spüren aktuell durchaus Gegenwind. Kurzfristige Schwankungen wie diese lenken uns aber nicht von unserem Weg ab.

WARUM INVESTIERT PROGROUP IN DER SÜDWESTPFALZ?

Wir wollen aus Kosten- und Nachhaltigkeitsgründen stets den weiterverarbeitenden Kunden nah sein. Der Standort Petersberg passt sehr gut in unser europaweites Netzwerk. Wir haben zudem mit dem Verpackungshersteller G&G Preißer einen Partner Wand an Wand, den wir über ein Förderband mit unseren Produkten just in time direkt bedienen können. Das spart komplett den Transport der Wellpappenformate über die Straße – mit allen finanziellen und ökologischen Vorteilen, die damit einhergehen. Und als Pfälzer Unternehmen fühlen wir uns der Region verbunden. Es ist uns daher auch ein Stück weit Herzenssache, in der Pfalz zu investieren.

WELCHE VOR- UND NACHTEILE BRINGT DIE REGION FÜR SIE MIT?

Die Südwestpfalz liegt inmitten Europas mit guter Anbindung an wirtschaftlich starke Regionen wie den Großraum Rhein-Neckar, Elsass, Lothringen oder Luxemburg. Außerdem kennen wir als ein der Region stark verbundenes Pfälzer Unternehmen die Gegend und ihre Menschen recht genau. Nichtsdestotrotz ist es in einer durch Fachkräftemangel geprägten Wegzugs-Region wie der Südwestpfalz herausfordernd, qualifizierte Arbeitskräfte zu finden. »

Kanzlei für Versicherungsberatung Krug GmbH

PRIVAT WIE GESCHÄFTLICH EIN ERFOLGREICHES TEAM

1999 haben Konrad und Brigitte Krug einen beruflichen Neubeginn gewagt: Schon lange als Versicherungsmakler tätig, haben sie ihren gesamten Bestand verkauft und noch einmal bei Null begonnen – diesmal als gerichtlich zugelassene und unabhängige Versicherungsberater.

Von unserer Autorin Sabine Fuchs-Hilbrich

25 Jahre mit der Kanzlei für Versicherungsberatung erfolgreich, doch schon viel länger ein eingespieltes Team: Brigitte und Konrad Krug

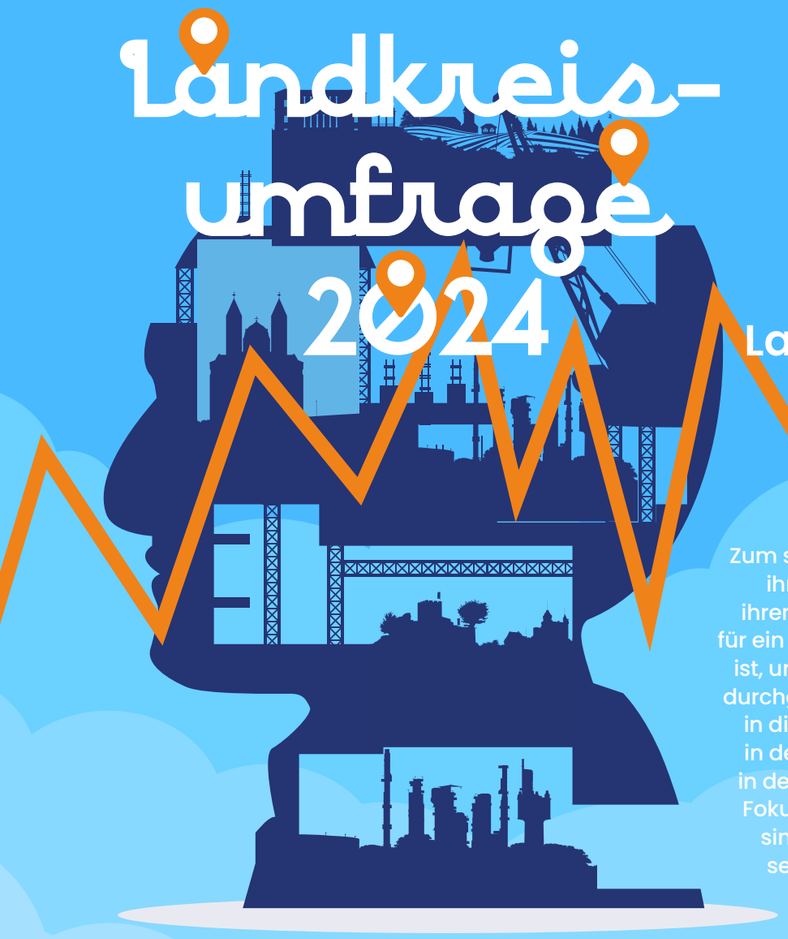
Dies passt zu ihrem Anspruch, für den Kunden stets das beste Angebot zu finden, das genau seinen Bedürfnissen entspricht, günstig ist und den größten Leistungsumfang beinhaltet. Heute, 25 Jahre später, sind sie im Umkreis von 100 Kilometern die einzigen unabhängigen Versicherungsberater mit diesem Portfolio. Bundesweit gibt es nur 324; in der Branche tummeln sich außerdem über 46.000 Makler und 100.000 Versicherungsvermittler. Ihre Kunden sind hauptsächlich Mittelständler, oft aus der Industrie, für die sie quasi die „ausgelagerte Versicherungsabteilung“ sind, wie Brigitte Krug sagt. In ihrem erfolgreichen Zwei-Personen-Team sind die Aufgaben klar verteilt: Ihre Stärke ist das, was viele Menschen scheuen, sie liest das Kleingedruckte ganz genau und hilft ihren Kunden nicht nur bei der Bewertung bestehender oder beim Abschluss neuer Versicherungen, sondern auch im Schadensfall, ihre Ansprüche durchzusetzen. So können schon einmal aus einem vermeintlich großzügigen Angebot von 7.000 Euro für eine Unfallverletzung 57.000 Euro werden.

Ein treuer Kunde über 13 Jahre war der Holiday Park Haßloch, bevor Eigentümer Wolfgang Schneider ihn an die Plopsa-Gruppe veräußert hat. Ausgangspunkt war eine festgestellte eklatante Unterversicherung. Konrad Krug hat die Verträge neu verhandelt, die Leistungen erhöht, den Beitrag deutlich verringert und eine Rückerstattung erreicht.

Der rührige Unternehmer pflegt den Kontakt zu den Kunden vor Ort. Beim Gang durch ein Unternehmen fallen ihm schnell Dinge auf, die im Versicherungsfall Probleme bereiten könnten: ein deutlich zu hohes Hochregal etwa oder eine verstellte Brandschutztür. Daneben hat Konrad Krug noch ein besonderes Steckenpferd: Zusammen mit einem Partner ist er seit 2007 mit dem Seguro Softwarehaus GbR am Markt, das eine Software zur qualifizierten Versicherungswertermittlung entwickelt hat und auch an Unternehmen und Makler vertreibt. Denn diese Wertermittlung sei häufig ein Streitpunkt – Stichwort Unterversicherung. Er betont: „Wir handeln dann analog zu einem Rechtsanwalt, aber nur außergerichtlich.“ Oft wird er in solchen Fällen auch als Gutachter hinzugezogen.

Beide Partner mussten 1999 noch eine schriftliche und mündliche Prüfung vor dem Landgericht Mainz ablegen; der Beruf war damals nach dem Rechtsberatungsgesetz organisiert. Langweilig ist es ihnen nie geworden – denn „jeder Fall ist anders“, sagt Brigitte Krug. Aber die beiden erschließen sich auch neue Geschäftsfelder. Seit 2021 setzen sie Ansprüche aus der Kfz-Haftpflicht durch – auch für fremde Kunden. Eigentlich hat das eingespielte Team das Rentenalter längst erreicht, doch die Arbeit macht noch Spaß und hält offensichtlich jung. Ihr Zeithorizont für eine Übergabe des Unternehmens liegt bei etwa drei Jahren. So könnte ein potenzieller Nachfolger gut bei den Bestandskunden eingeführt werden. »

kanzlei-krug.com



Erste Landkreisumfrage liefert überraschende Ergebnisse

Zum siebten Mal wollte die IHK Pfalz von ihren Unternehmen wissen, wie es in ihrem Gebiet um die Voraussetzungen für ein gedeihliches Wirtschaften bestellt ist, und hat dazu eine Standortumfrage durchgeführt. Anders als bisher standen in diesem Jahr nicht die Unternehmen in den kreisfreien Städten, sondern die in den acht pfälzischen Landkreisen im Fokus. Fazit: Die meisten Unternehmen sind nicht grundsätzlich unzufrieden, sehen aber in einigen Bereichen Luft nach oben.

Von unserer Autorin Kira Hinderfeld

Die Qualität des Standorts ist in hohem Maße mitentscheidend für den Erfolg eines Unternehmens. Informationen zu den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen vor Ort sind daher für die Arbeit der IHK von großer Bedeutung, um eine positive Entwicklung der lokalen Standortfaktoren vorantreiben zu können.

„Etwa 60 Prozent unserer Mitgliedsunternehmen sitzen in den Landkreisen“, erläutert Justine Markisch, Referentin Planung und Standortentwicklung bei der IHK, die Bedeutung der Landkreisumfrage. Die Befragung der Unternehmen soll daher künftig auch abwechselnd in den kreisfreien Städten und den Landkreisen durchgeführt werden.

Entsprechend hat die IHK auch den Fragenkatalog optimiert, da sich die städtischen und ländlichen Rahmenbedingungen deutlich voneinander unterscheiden. So konnten die teilnehmenden Unternehmen ihren Standort anhand von „harten“ Faktoren wie Infrastruktur, Verkehr und Arbeitsmarkt beurteilen, aber auch anhand von „weichen“ Faktoren wie der Lebensqualität vor Ort. Zur Beurteilung dient eine Punkteskala von eins bis zehn, von „sehr schlecht“ bis „sehr gut“.

Bilder: stock.adobe.com – Krakenimages.com / kromkrathog

„Seit wir die Umfrage zum ersten Mal durchgeführt haben, hat sich gezeigt, wie hilfreich die Ergebnisse für unsere Arbeit sind: in Politikgesprächen, für die Entwicklung unserer Serviceangebote, für unsere Projektarbeit. Nur wenn wir die lokalen Bedürfnisse der Unternehmen kennen und wissen, wo der Schuh drückt, können wir die Interessen der Wirtschaft erfolgreich vertreten“, erklärt Markisch.

In der sehr heterogen aufgestellten Pfalz seien die Rahmenbedingungen für Unternehmen beispielsweise in der Südwestpfalz völlig anders als für Unternehmen im Ballungsgebiet rund um Ludwigshafen. „Durch die Umfrage in den Landkreisen können wir die jeweiligen Stärken und Schwächen der einzelnen Kreise identifizieren und dazu beitragen, die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen vor Ort zu verbessern, indem wir gezielt ins Gespräch mit der lokalen Politik gehen“, so Markisch weiter.

BELASTBARE ERGEBNISSE

Beteiligen konnten sich Mitgliedsunternehmen mit Hauptsitz oder Zweigniederlassung in einem der acht Landkreise. Mit den rund 43.000 Unternehmen trat die IHK über verschiedenste Kanäle in Kontakt. „Mehr als sechs Prozent von ihnen haben sich an der Umfrage beteiligt, sodass wir je Landkreis 200 bis 500 Rückmeldungen verzeichnen konnten. Damit sind die Zahlen belastbar und geben ein gutes Bild darüber ab, wie die Wirtschaft ihren Landkreis wahrnimmt“, betont Markisch.

Die Zusammensetzung der teilnehmenden Unternehmen spiegelt in etwa die in der Pfalz vorzufindenden Strukturen wider. So haben viele kleinere Unternehmen eine Rückmeldung gegeben – mehr als 80 Prozent von ihnen haben maximal neun Beschäftigte. Ein großer Teil der Unternehmen stammt aus dem Dienstleistungsbereich, stark vertreten war auch der Handel. Jedes dritte antwortende Unternehmen ist bereits mehr als 20 Jahre am Standort aktiv. Hingegen sind 30 Prozent der Unternehmen weniger als fünf Jahre an ihrem Standort – der Anteil junger Unternehmen ist in den Landkreisen höher als in den kreisfreien Städten.

DAS WURDE ABGEFRAGT

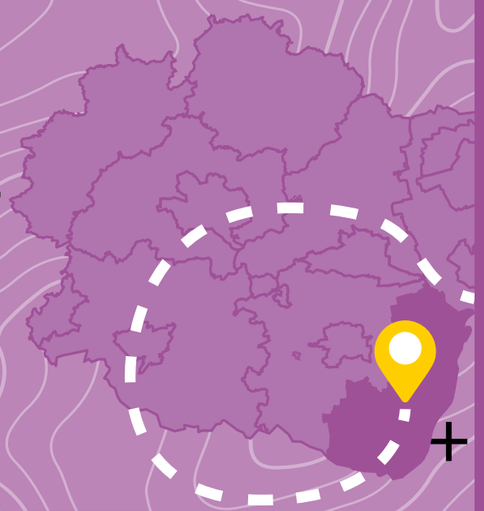
Die Unternehmen hatten die Möglichkeit, die Rahmenbedingungen an ihrem Standort insgesamt zu beurteilen. Sie konnten emotionale Faktoren wie Heimat, Familienfreundlichkeit, Sicherheit, Lebensqualität, Wirtschaftskraft sowie Innovationskraft/Dynamik bewerten. Abgefragt wurde auch die Zufriedenheit mit verschiedenen Standortfaktoren in den Bereichen Infrastruktur/Marktnähe, Verkehr, Arbeitsmarkt/Vernetzung, Verwaltung, Wirtschaftsförderung, Kommunalpolitik sowie „weiche“ Faktoren wie Einkaufsmöglichkeiten, Schule, Gesundheitsversorgung, Freizeit. Darüber hinaus wurde erhoben, für wie relevant diese Faktoren gehalten werden. Gefragt wurde auch nach der Entwicklung des Standorts in den vergangenen vier Jahren und ob sich die Unternehmen heute noch einmal für ihren Standort entscheiden würden.

Blick in die Landkreise: Was fällt auf?

LANDKREIS SÜDLICHE WEINSTRASSE

In der aktuellen Umfrage erzielt der Landkreis Südliche Weinstraße bei der globalen Einschätzung der Rahmenbedingungen insgesamt mit 6,5 einen leicht überdurchschnittlichen Wert (Ø 6,3; siehe auch Seite 22). Bei den emotionalen Faktoren landet der Landkreis ebenfalls in allen Bereichen leicht über dem Durchschnitt, besonders in Bezug auf die Lebensqualität.

Positiv fällt im Landkreis Südliche Weinstraße die Nähe zu Kunden und Zulieferern auf, was von vielen Unternehmen als entscheidender Standortvorteil hervorgehoben wird. Ebenso wird die Vielfalt der weichen Standortfaktoren wie Einkaufsmöglichkeiten, Aufenthaltsqualität und Angebote für Jugendliche sehr geschätzt. Negativ wahrgenommen werden hingegen die Qualität der digitalen Infrastruktur sowie die Anbindung an den Schienenfernverkehr.

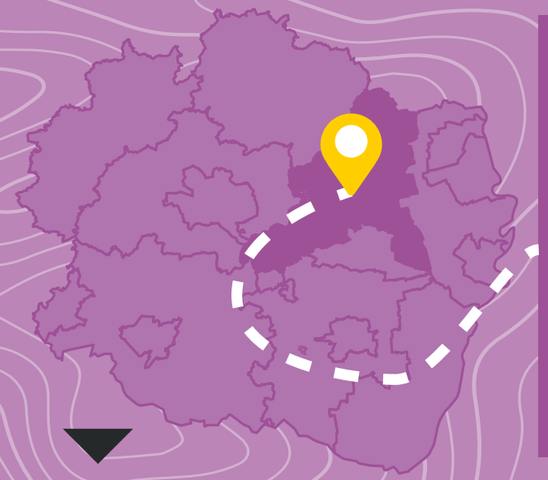


LANDKREIS GERMERSHEIM

Die Unternehmen im Landkreis Germersheim bewerten ihren Standort insgesamt mit 6,3 genau dem Schnitt der Landkreise entsprechend. Das Bild ist jedoch nicht einheitlich: Während die Rahmenbedingungen überwiegend positiv gesehen werden, bewerten sie 22,5 Prozent der Unternehmen nur mit 4 oder weniger Punkten. Auch liegt der Prozentsatz derer, die sich nicht noch einmal für diesen Standort entscheiden würden, etwas über dem Durchschnitt.

Der Kreis schneidet auch bei emotionalen Faktoren wie Heimatverbundenheit und Lebensqualität leicht unterdurchschnittlich ab. Dagegen wird die wirtschaftliche Dynamik des Landkreises, insbesondere die Innovationskraft und Wirtschaftskraft, von den Unternehmen überdurchschnittlich hoch bewertet. Auffällig ist auch die außerordentlich positive Bewertung der Infrastruktur im Landkreis Germersheim, vor allem hinsichtlich der Anbindung an den ÖPNV und den Schienenfernverkehr. Besser als der Durchschnitt wird ferner der Arbeitsmarkt eingeschätzt, allerdings liegen alle Werte hierfür mit weniger als 5 Punkten auf einem niedrigen Niveau. Verbesserungsbedarf sehen Unternehmen offensichtlich bei der Gesundheitsversorgung.

Bilder: stock.adobe.com – Olga



LANDKREIS BAD DÜRKHEIM

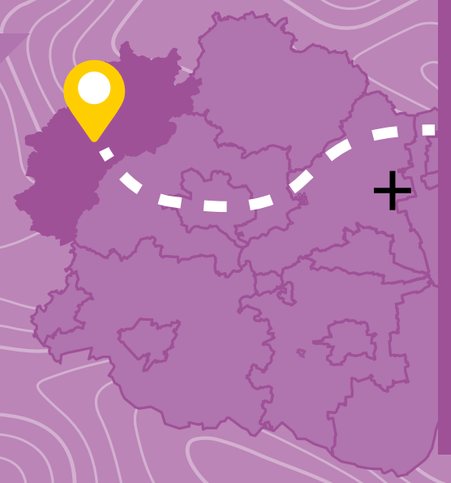
Mit einer Gesamtbewertung von 6,5 präsentiert sich der Landkreis Bad Dürkheim als stabiler Wirtschaftsstandort (Ø 6,3). Die Unternehmen fühlen sich ihrem Standort verbunden und vergeben gute Noten für Aspekte wie Lebensqualität und Sicherheit. Leicht überdurchschnittlich schneidet Bad Dürkheim bei der Einschätzung der Wirtschaftskraft sowie Innovationskraft/Dynamik ab.

Besonders positiv fällt die Bewertung der Infrastruktur im Landkreis Bad Dürkheim aus. Sowohl das Fernstraßennetz als auch der ÖPNV und der Schienenfernverkehr werden überdurchschnittlich positiv wahrgenommen. Von den Unternehmen geschätzt werden darüber hinaus die Aufenthaltsqualität in den Ortsgemeinden sowie das breite Freizeitangebot.

RHEIN-PFALZ-KREIS

Die hier ansässigen Unternehmen sehen den Rhein-Pfalz-Kreis mit einer Gesamtbewertung von 6,7 (Ø 6,3) als Standort, an dem es sich gut leben und wirtschaften lässt. Der Rhein-Pfalz-Kreis erreicht damit zugleich den Bestwert der Pfälzer Landkreise. Über die Hälfte der Unternehmen bewertet ihren Standort mit 7 oder mehr Punkten, nur etwa 12 Prozent bewerten die Rahmenbedingungen vor Ort mit 4 oder weniger Punkten.

Insbesondere bei „Wirtschaftskraft“ und „Innovationskraft/Dynamik“ schneidet der Rhein-Pfalz-Kreis im Vergleich zu den anderen Kreisen überdurchschnittlich ab. Der Kreis profitiert von der günstigen Lage in der wirtschaftsstarken Metropolregion Rhein-Neckar und der guten Verkehrsanbindung. Die Bewertung der Anbindung an Fernstraßen erreicht einen Spitzenwert. Verbesserungsbedarf besteht hingegen bei der für die Unternehmen wichtigen Qualität der digitalen Infrastruktur, auch wenn diese im Kreisvergleich positiv bewertet wird.



KREIS KUSEL

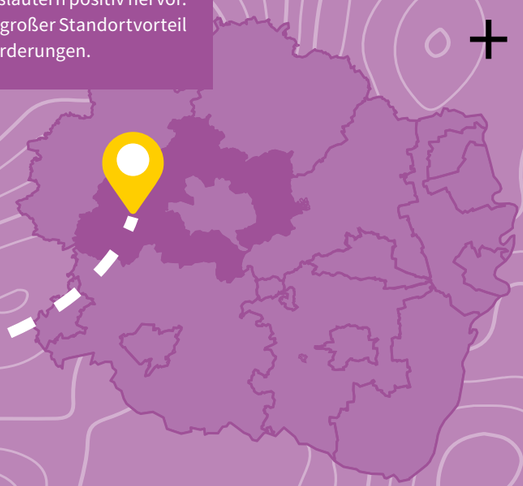
Insgesamt werden die Rahmenbedingungen im Kreis Kusel von Unternehmen mit 5,6 Punkten unterdurchschnittlich bewertet (Ø 6,3). Nur rund 35,6 Prozent der Unternehmen vergeben 7 oder mehr Punkte, während 33,8 Prozent die Rahmenbedingungen mit 4 oder weniger Punkten einschätzen.

Die emotionalen Faktoren im Kreis Kusel schneiden bis auf den leicht überdurchschnittlichen Wert für „Heimat“ unterdurchschnittlich ab. Insbesondere die Wirtschaftskraft sowie die Innovationskraft und Dynamik werden von den Unternehmen als gering eingeschätzt, was den Standort vor Herausforderungen stellt. Auch weitere wichtige Standortfaktoren im Kreis Kusel werden im Vergleich zu anderen Pfälzer Landkreisen unterdurchschnittlich bewertet. Ins Auge fallen hier vor allem die Wahrnehmung der Verkehrsinfrastruktur und weicher Standortfaktoren wie Freizeitangebot und Einkaufsmöglichkeiten. Ein Lichtblick ist die Verfügbarkeit von Wohnraum, die von den Unternehmen als vorteilhaft empfunden wird.

KREIS KAISERSLAUTERN

Die Unternehmen im Kreis Kaiserslautern schätzen die Rahmenbedingungen an ihrem Standort insgesamt mit 6,3 ein, was genau dem Schnitt der Landkreise entspricht.

Abstriche gibt es bei den emotionalen Faktoren, insbesondere der Wahrnehmung der Wirtschaftskraft. Als verbesserungswürdig werden von vielen Unternehmen die wirtschaftliche Dynamik und Innovationskraft vor Ort gesehen. Während die weichen Standortfaktoren wie Einkaufsmöglichkeiten und Freizeitangebote ebenfalls als unterdurchschnittlich wahrgenommen werden, sticht die Verkehrsanbindung im Kreis Kaiserslautern positiv hervor. Besonders die Anbindung an den ÖPNV wird von den Unternehmen als großer Standortvorteil gesehen und erhöht die Attraktivität des Kreises trotz seiner Herausforderungen.



Bilder: stock.adobe.com – Olga

DONNERSBERGKREIS

Die Unternehmen im Donnersbergkreis bewerten ihren Standort insgesamt mit 5,9, mithin leicht unter dem Durchschnitt von 6,3. Mit 25,8 Prozent liegt der Anteil von Unternehmen, die die Rahmenbedingungen mit 4 oder weniger Punkten bewerten, relativ hoch.

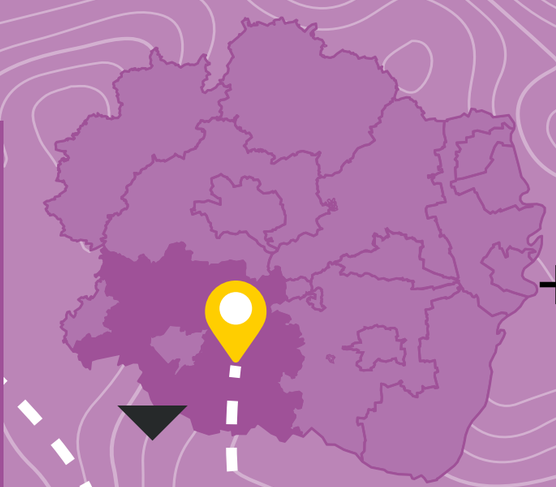
Bei den emotionalen Faktoren schneidet der Donnersbergkreis besonders bei der Wahrnehmung der Wirtschaftskraft sowie der Innovationskraft und Dynamik deutlich unterdurchschnittlich ab. Unternehmen sehen hier erheblichen Nachholbedarf.

Einige Standortfaktoren wie die (Verkehrs-)Infrastruktur, der Arbeitsmarkt sowie die Verwaltung scheinen für viele Unternehmen große Herausforderungen darzustellen und werden von ihnen als Hemmnis für die wirtschaftliche Entwicklung angesehen.

KREIS SÜDWESTPFALZ

Der Kreis Südwestpfalz liegt bei den Rahmenbedingungen insgesamt mit 5,6 unter dem Durchschnitt von 6,3. Dass 29,5 Prozent der Unternehmen die Rahmenbedingungen mit 4 oder weniger Punkten einschätzen, weist auf teils erhebliche Herausforderungen hin. Auch die Wirtschaftskraft wird als deutlich unterdurchschnittlich eingeschätzt, ebenso wie die Innovationskraft und Dynamik des Standorts.

Bei den emotionalen Faktoren schneidet der Kreis in Bereichen wie Heimatverbundenheit und Lebensqualität hingegen deutlich überdurchschnittlich ab. Viele Unternehmen fühlen sich eng mit ihrem Standort verbunden und schätzen die Lebensqualität im Kreis. Ein entscheidender Vorteil ist hier die Verfügbarkeit von Wohnraum, ein großes Plus aus Sicht der Unternehmen. Nicht so gut bestellt ist es um die Verkehrsinfrastruktur sowie den Arbeitsmarkt. Auch einige weiche Standortfaktoren wie Einkaufsmöglichkeiten, die Gesundheitsversorgung und die Betreuungsangebote für Senioren liegen unterhalb des Pfälzer Durchschnitts und bieten Verbesserungspotenzial.



Beobachtung quer über die Landkreise

1. Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen bewertet die Rahmenbedingungen mit 7 oder mehr von 10 Punkten.
2. 78,8 Prozent der befragten Unternehmen sehen die Qualität der digitalen Infrastruktur als relevantesten Standortfaktor an, die Zufriedenheit damit ist mit durchschnittlich 5,3 Punkten jedoch eher mittelmäßig.
3. Landkreisübergreifend herrscht eine hohe durchschnittliche Zufriedenheit mit der Anbindung an das Fernstraßennetz (im Schnitt 7,2 Punkte). Gleichzeitig ist dies für 72,7 Prozent der befragten Unternehmen ein sehr relevanter Standortfaktor.
4. Auch mit den Einkaufsmöglichkeiten für Lebensmittel und Drogerieprodukte (7,0) sind die Unternehmen zufrieden.
5. Mit 4,1 Punkten ist die Zufriedenheit mit der Beratung und Unterstützung durch die Wirtschaftsförderung deutlich geringer.
6. Noch etwas weniger zufrieden sind die befragten Unternehmen mit der Höhe der kommunalen Steuern und Abgaben. Dafür gab es 4,0 Punkte, gleichzeitig halten 73,2 Prozent das Thema für sehr relevant.
7. Nach emotionalen Faktoren befragt, vergeben die Unternehmen die höchsten Werte für Heimat (7,9), Lebensqualität (7,6) und Familienfreundlichkeit (7,3).
8. Über 58 Prozent der Unternehmen würden sich heute nochmals für ihren Unternehmensstandort entscheiden, rund 15 Prozent dagegen – der Rest ist unentschieden.

Im Schnitt haben die Unternehmen ihren Standort mit 6,3 von 10 Punkten bewertet. Etwa zwei Drittel der Antworten lagen dabei im Punktebereich zwischen 5 und 8. Das lässt erkennen, dass ein Großteil der Unternehmen im ländlichen Raum nicht grundsätzlich unzufrieden ist, aber noch Luft nach oben sieht.

Gerade bei den emotionalen Faktoren zeichnet sich ein ähnliches Bild wie bei der Umfrage in den kreisfreien Städten ab: Die Unternehmen verbinden ihren Unternehmensstandort häufig mit einer hohen Lebensqualität, Familienfreundlichkeit und Sicherheit. Besonders hoch wird der emotionale Faktor „Heimat“ bewertet. Die Bewertung der Faktoren „Wirtschaftskraft“ und „Innovationskraft/Dynamik“ fällt dagegen vergleichsweise ab, und zwar deutlicher, als es bei der Umfrage in den Städten der Fall war.

Ähnliches ist bei den einzelnen Standortfaktoren zu beobachten. Die weichen Standortfaktoren schneiden mit durchschnittlich 6,3 Punkten insgesamt am besten ab. Dabei stechen die Einkaufsmöglichkeiten für Lebensmittel und Drogerieprodukte und das Schulangebot positiv heraus. Auch die Aufenthaltsqualität der Ortsgemeinde und das Freizeitangebot werden recht gut bewertet.

Bilder: stock.adobe.com – Yurii /Iraxbd/ Big Dream/ Continent4

RELEVANTE GESUNDHEITSVERSORGUNG

Für die Experten überraschend ist die hohe Relevanz des Faktors „Gesundheitsversorgung“ gegenüber der Umfrage in den kreisfreien Städten. Sowohl insgesamt als auch in den einzelnen Landkreisen gehört die Gesundheitsversorgung zu den Top 5 der wichtigsten Standortfaktoren. Dass dieses Thema so präsent ist, spiegelt vermutlich einerseits die Probleme des demografischen Wandels mit einer älter werdenden Gesellschaft wider, aber auch die oft schlechtere Ärzteversorgung auf dem Land im Vergleich zur Stadt.

Bei den harten Standortfaktoren fallen „Nähe zu Kunden und Zulieferern“ und „Anbindung an das Fernstraßennetz“ positiv auf – zwei Faktoren, die auch in den kreisfreien Städten für besondere Stärken in der Pfalz gehalten wurden. Zudem messen die Unternehmen beiden Faktoren eine hohe Relevanz bei. So ist die Anbindung an das Fernstraßennetz tatsächlich der am besten bewertete Faktor (7,2). „Hier besteht sicherlich auch ein Zusammenhang mit der Erreichbarkeit der Unternehmen für Kunden und Zulieferer“, erläutert Markisch. Leider endet die gute Erreichbarkeit aber auch bei den Straßen: Die Anbindung an den ÖPNV und den Schienenfernverkehr fallen bei den Bewertungen deutlich ab.

Bei anderen harten Standortfaktoren aus den Bereichen Infrastruktur, Verkehr, Arbeitsmarkt und Verwaltung vergeben die Unternehmen weniger Punkte. Insbesondere bei der Verfügbarkeit von Fachkräften, Auszubildenden und Berufseinsteigern sehen die Unternehmen Nachholbedarf. Auch die Unterstützung durch Verwaltung und Wirtschaftsförderung wird offensichtlich als ausbaufähig betrachtet – hier müsste man allerdings einen genaueren Blick darauf werfen, inwieweit die Kapazitäten in den Landkreisen mit den städtischen vergleichbar sind.

Am schlechtesten schneidet der Standortfaktor „Höhe der kommunalen Steuern und Abgaben“ ab – dafür gab es nur 4,0 Punkte. Auch wenn die Steuersätze in Rheinland-Pfalz im Vergleich zum Bundesschnitt noch etwas geringer ausfallen, wird die finanzielle Belastung für Unternehmen spürbar höher: So haben laut dem Statistischen Landesamt Rheinland-Pfalz fast 60 Prozent der rheinland-pfälzischen Kommunen die Gewerbesteuer erhöht, außerdem drei Viertel die Grundsteuer B, sodass die Unternehmen in vielen Kommunen in mehrfacher Hinsicht eine höhere finanzielle Belastung stemmen müssen.

Immerhin jedes vierte Unternehmen sieht eine positive oder überwiegend positive Entwicklung in den Landkreisen innerhalb der vergangenen vier Jahre, fast genauso viele (23 Prozent) notieren aber negative Entwicklungen. Mehr als die Hälfte nimmt jedoch überhaupt keine Veränderung wahr. „Wir müssen hier natürlich einerseits berücksichtigen, dass die vier zurückliegenden Jahre eben auch die schwierigen Corona-Jahre umfassen, sodass die dynamische Situation schwer zu bewerten ist. Auf der anderen Seite besteht aus Sicht der IHK grundsätzlich ein großes Potenzial, die Rahmenbedingungen vor Ort mit innovativen Herangehensweisen zu verbessern“, glaubt Markisch.

Top 5 Standortfaktoren nach Relevanz

1. Qualität der digitalen Infrastruktur
2. Höhe der kommunalen Steuern und Abgaben
3. Anbindung an das Fernstraßennetz
4. Einkaufsmöglichkeiten Lebensmittel/Drogerieprodukte
5. Gesundheitsversorgung

Die Landkreise im Vergleich

Der Rhein-Pfalz-Kreis verzeichnet bei der ersten Frage nach der globalen Einschätzung der Rahmenbedingungen mit 6,7 den höchsten Wert, gefolgt von den Kreisen Bad Dürkheim (6,5) und Südliche Weinstraße (6,5). In den Landkreisen Donnersberg (5,9), Südwestpfalz (5,6) und Kusel (5,6) liegt die Wahrnehmung der Rahmenbedingungen niedriger im Vergleich mit den anderen Kreisen. Die Kreise Germersheim und Kaiserslautern entsprechen mit einem Wert von 6,3 bei diesem Kriterium genau dem Durchschnitt.

Die Ergebnisse der Umfrage deuten darauf hin, dass die Strahlkraft benachbarter Ballungs- beziehungsweise Wirtschaftsräume eine Rolle spielt. Das bestätigt die Annahme, dass das Umland in der Regel von der guten (Verkehrs-)Infrastruktur in den Ballungsräumen profitiert.

So schneiden die Landkreise innerhalb der Metropolregion Rhein-Neckar (MRN) bei vielen Werten besser ab. Besonders gute Werte gibt es etwa bei den Standortfaktoren „Nähe zu Kunden und Zulieferern“ und „Anbindung an das Fernstraßennetz“. Gleichzeitig bewerten die Unternehmen diese beiden Faktoren als besonders wichtig – das Fernstraßennetz gehört übrigens in allen Landkreisen zu den Top 3 bei der Relevanz.

Auch bei den weichen Standortfaktoren stellen sich die MRN-Kreise besser dar als der Durchschnitt. Hier machen sich die strukturellen Unterschiede zwischen urbanen und ländlichen Räumen bemerkbar, verdeutlicht Markisch: „In verdichteten Räumen finden sich häufig mehr Einkaufsmöglichkeiten, Betreuungsangebote, Schulen, mehr Ärzte und Kliniken, aber auch mehr Freizeitangebote.“ Besonders auffällig ist dies beim Rhein-Pfalz-Kreis, der in vielen Bereichen Top-Werte erreicht.

Bilder: stock.adobe.com - kaninstudio/ selim/ robert6666

Vergleichbar wirkt sich anscheinend auch die Strahlkraft der Technologieregion Karlsruhe aus. Insbesondere der Kreis Germersheim liegt bei der Bewertung der Standortfaktoren in den Bereichen „Verkehr“ und „Arbeitsmarkt, Vernetzung“ teils deutlich über dem Schnitt. Ein ähnlicher Effekt lässt sich im Kreis Kaiserslautern beobachten. Dieser Kreis stellt sich von den Kreisen in der West- und Südwestpfalz bei den harten Standortfaktoren im Bereich „Verkehr“ am besten dar. Der Kreis dürfte hier von der Stadt Kaiserslautern profitieren.

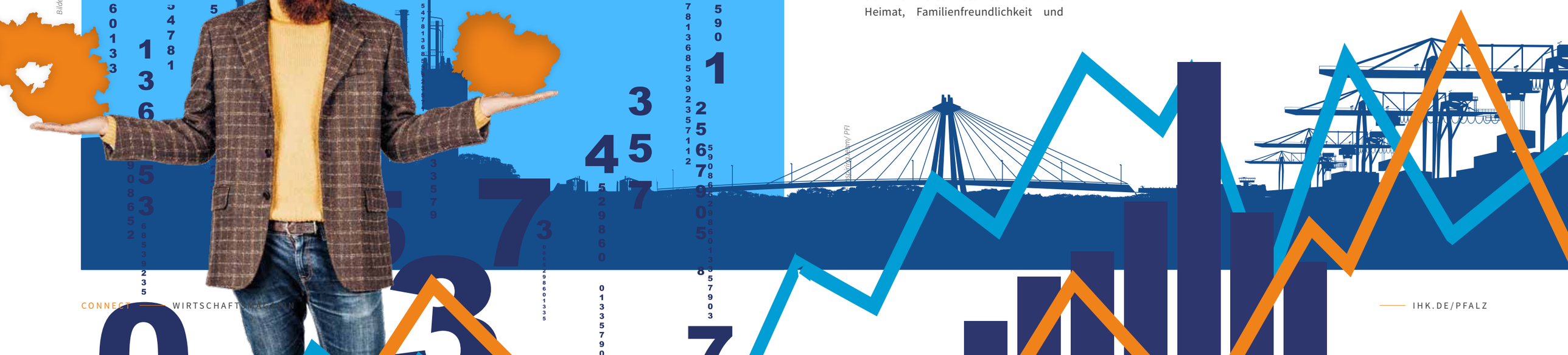
Die Landkreise innerhalb der MRN punkten auch stärker bei den Standortfaktoren „Wirtschaftskraft“ und „Innovationskraft/Dynamik“. Dieses Ergebnis hat die Experten nicht erstaunt – aber ein anderes sorgte umso mehr für Aufmerksamkeit. So zeigte sich bei der Analyse, dass emotionalen Standortfaktoren eine überraschend große Rolle bei der Standortwahl beziehungsweise der Zufriedenheit mit dem Standort zukommt.

Ein spannendes Beispiel liefert der Kreis Südwestpfalz: Während der Kreis bei den Werten für „Wirtschaftskraft“ und „Innovationskraft/Dynamik“ sowie den einzelnen Standortfaktoren (deutlich) unter dem Schnitt liegt, zeigt sich hier die stärkste Assoziation mit Heimat, Familienfreundlichkeit und Sicherheit – Faktoren, die übrigens in allen Landkreisen erfreulich beurteilt wurden. Interessanterweise verzeichnet der Kreis Südwestpfalz gleichzeitig auch den zweithöchsten Anteil an Unternehmen, die sich trotz der wahrgenommenen Defizite noch einmal für ihren Standort entscheiden würden: ein Indiz dafür, wie stark sich die emotionalen Faktoren auf die Standortwahl auswirken. Die Aspekte Leben und Arbeiten scheinen in unserer Gesellschaft weiterhin eng verknüpft zu sein. „Das sehen wir auch in unserer alltäglichen Arbeit“, berichtet Markisch. „Wir kennen viele engagierte Unternehmerinnen und Unternehmer mit einer großen Verbundenheit zu ihrem Standort. Sie setzen sich tatkräftig dafür ein, nicht nur die Standortbedingungen, sondern auch die Lebensqualität in ihrem Ort zu verbessern.“ »

Alle Infos zur Umfrage inklusive Fragebogen und Ergebnisse unter:

ihk.de/pfalz, Nr. 6285138

KONTAKT
Justine Markisch
0621 5904-1540
justine.markisch@pfalz.ihk24.de



Bilder: stock.adobe.com/ PFI

CO_2-FUSSABDRUCK FÜR TRANSPARENZ UND NACHHALTIGKEIT

Greenable aus Kaiserslautern hat eine innovative Software zur einfachen Berechnung des CO_2-Fußabdrucks eingeführt und trägt damit zu dessen Reduktion bei. Das Unternehmen war bereits das Start-up des Jahres 2022 und hat nun eine Technologieprämie beim Wettbewerb SUCCESS von Wirtschaftsministerium und ISB gewonnen.

Von Larissa Theis
Mittelstand-Digital Zentrum

Bild: adobe.stock.com – 251095287

Bild: Mittelstand-Digital Zentrum Kaiserslautern / A. Sell

Die Gründer von greenable: Lucas Hartmann, Alexander David, Viktor Schiller und Dr. Patrick Kölsch (v.l.n.r.)

Wie viele CO_2-Emissionen verursacht mein Produkt? Diese Frage müssen sich Unternehmen künftig stellen. Einige klimabewusste Hersteller kennen die Antwort auf diese Frage sicherlich schon, aber der Großteil des produzierenden Gewerbes, gerade im Mittelstand, ist dabei auf Unterstützung angewiesen. Hier kommt die Geschäftsidee von greenable ins Spiel: Das Greentech-Start-up entwickelt eine Software, mit der man den spezifischen CO_2-Fußabdruck eines Produkts ermitteln kann. Mitgründer und CEO Dr. Patrick Kölsch hatte die Idee zu dem Start-up bereits 2020, als er als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Fertigungstechnik und Betriebsorganisation (FBK) der Technischen Universität Kaiserslautern arbeitete. Schnell waren Unterstützer für seine Idee gefunden und so gründete er mit Alexander David, Viktor Schiller und Lucas Hartmann greenable, seit Mai 2022 eine eigenständige GmbH.

„Im Prinzip ist das Herzstück unseres Unternehmens die Software. Sie befindet sich aktuell noch in der Entwicklung und wird dazu in der Lage sein, alle Aktivitätsdaten, die während der Produktion eines Produkts anfallen, zu messen. Also quasi alle Emissionen, die das Produkt erzeugt, angefangen beim Energieverbrauch während der Produktion bis hin zum Materialverbrauch“, erklärt Alexander David. Unternehmen können die Software ganz einfach als Cloud-Lösung nutzen, werden durch den Ermittlungsprozess geleitet und erhalten am Ende ein verifiziertes Ergebnis – nach DIN-Standards und angelehnt an das Greenhouse-Gas-Protokoll.

Den eigenen CO_2-Fußabdruck zu kennen, ist bald auch nicht mehr nur eine freiwillige Zusatzleistung für die Umwelt, sondern gesetzlich vorgeschrieben: Für Hersteller von Batterien wird es ab 2026 verpflichtend sein und ab 2030 für viele weitere Branchen, schätzt Kölsch.

Neben dem Thema Nachhaltigkeit ist natürlich auch die Digitalisierung ein wichtiger Treiber auf dem Weg hin zu klimaneutraler Produktion. Auch bei der Softwarelösung von greenable spielt sie eine wichtige Rolle. Die Daten, anhand derer der CO_2-Fußabdruck berechnet wird, müssen erst einmal erhoben werden. Das funktioniert dank moderner Maschinen und Anlagen oder mit entsprechender nachgerüsteter Sensorik, dem sogenannten Retrofitting, an älteren Maschinen. Kölsch betont: „Wir brauchen die Digitalisierung, um den CO_2-Fußabdruck berechnen zu können, ganz klar. Als ersten Schritt muss ein KMU seine Produktion ausreichend digital gestalten, dann kann es unsere Software nutzen.“

Für die eigene Zukunft hat das Start-up schon Pläne: Zunächst einmal soll ein Pilotkunde gefunden werden, um die Software zu testen, weiterzuentwickeln und erste Umsätze zu generieren. Außerdem ist greenable aktuell noch mit einem EXIST-Gründerstipendium gefördert, das nächstes Jahr ausläuft. Daher ist das Team bereits auf der Suche nach einer Anschlussfinanzierung, damit ihr Unternehmen weiterwachsen kann und bald den deutschen Mittelstand bei der CO_2-Bilanzierung unterstützt. »

PREISE UND FÖRDERUNGEN:

- **2021:** EXIST-Gründerstipendium
- **2022:** Gründung der greenable GmbH
- **2022:** „Start-up des Jahres“-Preis der Science and Innovation Alliance Kaiserslautern (SIAK), der TU Kaiserslautern und der Hochschule Kaiserslautern und 3. Platz bei startup innovativ rlp
- **2024:** Technologieprämie beim Wettbewerb SUCCESS von Wirtschaftsministerium und ISB

BESTPREIS-WERBUNG MUSS TRANSPARENT SEIN

Wenn ein Händler für seine Produkte mit einem Rabatt wirbt, muss für Verbraucher klar und eindeutig sein, dass sich die Preisermäßigung auf den niedrigsten Preis der letzten 30 Tage bezieht. Eine überfrachtete Darstellung unter Nennung mehrerer Preise kann dem entgegenstehen, so das OLG Nürnberg, Urteil vom 24. September 2024, Az. 3 U 460/24 UWG.

PRAXISTIPP:

Der EuGH entschied mit Urteil vom 26.09.2024., Rs. C-330/23, dass die Werbung für Preisermäßigungen mit prozentualen Rabatten oder Begriffen wie „Preis-Highlight“ sich auf den niedrigsten Preis innerhalb der letzten 30 Tage vor Preisermäßigung beziehen muss.

Auch §11 der Preisangabenverordnung verpflichtet Unternehmen, bei der Warenwerbung mit Preisermäßigungen den niedrigsten Preis der letzten 30 Tage vor Beginn der Preisermäßigung zu nennen, den sogenannten Referenzpreis.

Die Wettbewerbszentrale wandte sich gegen die praktizierte „30-Tage-Bestpreis“-Werbung eines Lebensmitteldiscounters. In dessen Werbeprospekt bewarb dieser ein Lebensmittel mit einem prozentualen Preisvorteil von „-36 %“. Darunter standen der derzeit für das Produkt verlangte Rabattpreis von 4,44 € und der als durchgestrichen gekennzeichnete zuvor verlangte Preis für das Produkt von 6,99 €. Hinter der Preisangabe von 6,99 € befand sich eine hochgestellte Fußnote 1, die auf folgenden Fußnotentext verwies: „bisheriger 30-Tage-Bestpreis, außer (beworbenes Produkt)“. Das beworbene Produkt war in der Vorwoche für 6,99 € und zwei Wochen zuvor bereits für 4,44 € erhältlich.

Das OLG sah in dieser Kombination der Preisinformation eine irreführende Werbung. Für den Käufer werde bei dieser Darstellung aus der Werbeanzeige nicht hinreichend klar, dass sich die dargestellte Preisermäßigung auf den niedrigsten Preis der letzten 30 Tage beziehe. Zu dieser Preisinformation ist der Händler jedoch nach einer seit 2022 geltenden Vorschrift in der Preisangabenverordnung verpflichtet. Das Gericht entschied, dass der Verbraucher aufgrund dieser Vorschrift den niedrigsten Preis, den der Händler innerhalb der letzten 30 Tage vor der Preisermäßigung angewendet hatte, anhand der konkreten Angaben in der Werbung leicht ermitteln können müsse.

Zwar dürfe ein Händler die Preisermäßigung für Produkte zu Werbezwecken nutzen. Die Grenze des Zulässigen sei jedoch überschritten, wenn der Verbraucher aufgrund einer missverständlichen oder mit einer Kombination von mehrdeutigen oder unklaren Preisinformationen überfrachteten Darstellung über den tatsächlichen Umfang des Preisnachlasses im Unklaren gelassen würde. Gibt ein Verkäufer in einer Produktwerbung weitere Preise zu der beworbenen Ware an, müsse die Werbeanzeige derart gestaltet sein, dass klar und eindeutig sei, dass sich die Preisermäßigung auf den niedrigsten Preis der letzten 30 Tage beziehe. Das Urteil ist noch nicht rechtskräftig. Das OLG hat die Revision zum Bundesgerichtshof zugelassen. »

KONTAKT
Heiko Lenz
0621 5904-2020
heiko.lenz@pfalz.ihk24.de

AUF EBAY VERKAUFT – PLÖTZLICH IHK-MITGLIED

Hans-Jürgen Baumann sammelte sein ganzes Leben lang Glaskunst und betreibt als Hobby eine Galerie, die er aus Altersgründen Stück für Stück aufgibt. Nachdem er angefangen hatte, seine Schätze auf eBay zu verkaufen, forderte ihn die Auktionsplattform auf, ein Gewerbe anzumelden. Kurz darauf begrüßte auch die IHK den 84-Jährigen als Neumitglied – und er war wenig begeistert. Was war passiert? Und kann das jeden treffen?

Von unserem Autor Alexander Kessler

Etwa 2.000 Stücke Glaskunst umfasst die Sammlung von Hans-Jürgen Baumann. Und die möchte er loswerden. „Meine Situation ist fatal“, resümiert der pensionierte Lehrer. „Ich will verkaufen, aber am liebsten mit Rückmeldung, nicht anonym.“ Bei einem Besuch in seinem Atelier in Altleiningen wird Martin Holaus, IHK-Referent für Existenzgründung und Unternehmensförderung, und dem Autor schnell klar, wie sehr Baumann an seiner Sammlung, an jedem einzelnen seiner Stücke hängt. Baumann kennt die Geschichte jeder Vase, jedes Glases, war in etlichen Museen, hat Glashütten besucht und einige Fachbeiträge verfasst. „Die Recherche war so spannend, jede Entdeckung eine Freude, jeder Aufwand war mir egal“, berichtet der Glas-Experte. Die Sammlung ist sein Lebenswerk.

Doch weder seine Kinder noch ein Museum möchten sie komplett übernehmen. So fing Baumann schweren Herzens an, Stücke auf eBay zu verkaufen. Dass er das investierte Geld und seine Zeit nie bezahlt bekommen wird, ist ihm dabei bewusst. Aber auf dem Müll möchte er sein Herzensprojekt auch nicht sehen. Und in der Tat fanden sich Käufer, Baumann setzte dabei mehrere Tausend Euro um. Dann bekam er Post von der Plattform. „Ich war irritiert. Sie wollten meine Steuernummer, ich sollte ein Gewerbe anmelden“, erzählt Baumann. Das tat der Pensionär folglich auf der Gemeinde. Dann habe sich plötzlich die Berufsgenossenschaft gemeldet und am Ende auch die IHK Pfalz. Das war alles etwas viel für den 84-Jährigen.

Hans-Jürgen Baumann (l.) mit IHK-Referent Martin Holaus in der Galerie in Altleiningen

WER IST „UNTERNEHMER“ NACH UMSATZSTEUERGESETZ?

In seinem eigenen Rechtsportal beruft sich eBay auf das am 1. Januar 2019 in Kraft getretene „Gesetz zur Vermeidung von Umsatzsteuerausfällen beim Handel mit Waren im Internet und zur Änderung weiterer steuerlicher Vorschriften“ (§§ 22f und 25e UStG), das Änderungen des Umsatzsteuergesetzes in Bezug auf die Haftung von elektronischen Marktplätzen bewirke. „Aufgrund des neuen Gesetzes ist eBay verpflichtet sicherzustellen, dass Verkäufer, die gemäß dem deutschen Umsatzsteuergesetz Unternehmer sind, sich auch bei eBay als gewerbliche Verkäufer anmelden“, schreibt eBay. Und: „Danach gilt ein Verkäufer als Unternehmer, wenn er eine gewerbliche oder berufliche Tätigkeit selbständig ausübt. Hierunter fällt jede nachhaltige Tätigkeit zur Erzielung von Einnahmen. Die Absicht, Gewinn zu erzielen, ist nicht erforderlich.“ Das Portal verweist auf das Finanzministerium, laut dem ein Umsatz ab 22.000 Euro im Jahr als deutliches Anzeichen dafür gelte, dass der Verkäufer eine unternehmerische Tätigkeit im Sinne des Umsatzsteuergesetzes ausführe.

„Ab wann man als gewerblicher Verkäufer gilt, ist tatsächlich gesetzlich nicht festgelegt“, klärt IHK-Rechtsexperte Heiko Lenz auf. „Eine gewerbliche Tätigkeit wird als jede erlaubte, auf Gewinnerzielung gerichtete und auf Dauer angelegte selbständige Tätigkeit definiert.“ Eine Einstufung der Verkäufe als gewerbliche Tätigkeit hänge dabei von mehreren Faktoren ab, wie etwa Häufigkeit und Volumen der Verkäufe. Auch können der systematische Ankauf und Verkauf von Waren oder der kontinuierliche Verkauf neuwertiger Waren in großer Anzahl ein Indiz für eine gewerbliche Tätigkeit sein. „Gerichte ziehen sogar die Anzahl der Bewertungen für die Beurteilung einer gewerblichen Tätigkeit heran“, sagt Lenz.

Seltene Vasen in allen produzierten Farben und Größen in der Galerie von Hans-Jürgen Baumann

Warum Hans-Jürgen Baumann letzten Endes für eBay als gewerblicher Käufer zählte, lässt sich im Nachhinein nicht abschließend klären. Seinen Erlös beziffert er zwischen 2.000 und 3.000 Euro. Steuern wird der Sammler bei der Summe nicht zahlen müssen. „Grundsätzlich für Unternehmer relevante Steuern sind die Umsatzsteuer, die Einkommenssteuer bei Einzelunternehmen und Personengesellschaften beziehungsweise die Körperschaftssteuer bei Kapitalgesellschaften sowie die Gewerbesteuer“, sagt Martin Holaus. Allerdings gibt es die Kleinunternehmerregelung, die besagt, dass Kleinunternehmer keine Umsatzsteuer an das Finanzamt abführen und keine Umsatzsteuervoranmeldung abgeben müssen. „Unter die Regelungen fallen Unternehmen, die im vorangegangenen Kalenderjahr einen Umsatz zuzüglich Umsatzsteuer von nicht mehr als 22.000 Euro haben und im laufenden Jahr nicht mehr als 50.000 Euro prognostizieren“, so Holaus.

Damit werden auf den Glas-Sammler trotz der ganzen Umstände wohl keine Kosten oder Steuerzahlungen zukommen. „Auch einen IHK-Beitrag wird Herr Baumann bei dem Umsatz nicht zahlen“, sagt Martin Holaus. Der IHK-Experte konnte bei dem Besuch vor Ort auch aufklären, wie es überhaupt zu einer IHK-Mitgliedschaft kam: Da sich Hans-Jürgen Baumann als Gewerbetreibender angemeldet hat, hat das Finanzamt die Neuanmeldung automatisch an die IHK Pfalz weitergegeben, die den Sammler dann als Neumitglied begrüßte.

„Auch wenn das in diesem spezifischen Fall ein organisatorischer Aufwand ist, der keine Steuern oder Mitgliedsbeiträge generiert, ist der Prozess grundsätzlich zielführend“, wägt Holaus ab. Denn wenn tatsächlich ein Gewerbetreibender im großen Stil über Plattformen wie eBay handeln würde, ohne dass das Finanzamt dies prüft, wären Steuerhinterziehungen Tür und Tor geöffnet. „Im Falle von Herrn Baumann ist der Aufwand dann natürlich eher ärgerlich, denn er nützt keinem“, sagt Holaus. »

PRIVATVERKÄUFER VS. GEWERBETREIBENDER

Im Gegensatz zu einem Privatverkäufer unterliegt der Gewerbetreibende sämtlichen gesetzlichen Informationspflichten, wie der Impressumspflicht oder der Widerrufsbelehrung. Nach dem Fernabsatzrecht (§§ 312c ff. BGB) bestehen außerdem umfangreiche vor- und nachvertragliche Informationspflichten.

Falls Verkäufer Ihre Tätigkeit falsch einordnen und gewerblich handeln, ohne dies anzugeben, kann dies ernsthafte Folgen haben. Es drohen kostspielige wettbewerbsrechtliche Abmahnungen von Mitbewerbern oder Verbraucherschutzverbänden. Das Finanzamt kann rückwirkend die Gewerbesteuer einfordern, falls als privater Verkäufer erhebliche Umsätze generiert und regelmäßig verkauft wurde. Das Gewerbeamt kann wegen fehlender Gewerbeanzeige eine Geldbuße verhängen.

TIPP:
Sollten Sie über Ihren Status unsicher sein, ist eine Beratung durch einen Steuerberater oder Rechtsanwalt empfehlenswert.

ANGEBOTE DER IHK PFALZ:

Beratung zu jeglichen Fragen der Existenzgründung, insbesondere zum Businessplan, zu Förder- und Zuschussprogrammen, zur Gewerbeanmeldung und zum Thema Marketing.

STEUERBERATER- UND RECHTSANWALTSPRECHTAG

Mehr Infos unter:
ihk.de/pfalz , Nr. 444

Vier Mal im Jahr findet zudem ein kostenloses Webinar zum Thema „Grundlagen der Existenzgründung“ statt.

Mehr Infos unter:
ihk.de/pfalz , Nr. 6089628

DIGITALISIERUNG UND NEW WORK IN DER PFLEGEBRANCHE

Angesichts wachsender Herausforderungen wie dem Fachkräftemangel, hoher Arbeitsbelastungen und einer alternden Gesellschaft steht die Pflegebranche besonders unter Druck und benötigt innovative Lösungen. Digitalisierung und New Work bieten hier Möglichkeiten.

„Die Gesundheitsversorgung, insbesondere die Pflege, ist ein wesentlicher Standortfaktor für die Wirtschaft in Deutschland und in den Regionen“, sagt Susanne Loyal, Branchenbetreuerin Gesundheitswirtschaft und BGM-Expertin der IHK Pfalz. „Wie die Kinderbetreuung trägt auch die Pflege dazu bei, ein attraktives Lebens- und Arbeitsumfeld zu schaffen, das der gesamten Wirtschaft zugutekommt.“

New Work, ein Konzept, das flexible, mitarbeiterorientierte Arbeitsmodelle betont, eröffnet gerade für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) vielversprechende Ansätze, die Arbeitsbedingungen im Pflegebereich zu verbessern und Pflegeberufe attraktiver zu gestalten. Unterstützt durch Digitalisierung können Prozesse effizienter und die Arbeitsbedingungen in Pflegeeinrichtungen deutlich attraktiver gestaltet werden, was letztlich zur Fachkräftesicherung in der Pflege beiträgt.

• **Flexible Arbeitszeitmodelle:** In der Pflege führen unregelmäßige Arbeitszeiten oft zu Belastungen. Flexible Modelle wie Wunschdienste, Teilzeitoptionen und ein freier Schichttausch helfen, die Zufriedenheit der Mitarbeitenden zu steigern. Digitale Schichtplanungstools erleichtern die Anpassung an individuelle Bedürfnisse und sorgen für reibungslose Abläufe.

• **Digitalisierung und moderne Technologien:** Moderne Pflegesoftware und digitale Plattformen reduzieren administrative Aufgaben, wodurch Pflegekräfte mehr Zeit für die direkte Patientenbetreuung haben. Mobile Anwendungen ermöglichen den Austausch von Informationen in Echtzeit, verbessern die Kommunikation im Team und minimieren Fehler. KI-gestützte Systeme bieten dabei zusätzliche Unterstützung: Sie analysieren Pflegebedarfe und optimieren Verwaltungsprozesse, entlasten die Pflegekräfte und steigern die Versorgungsqualität.

• **Weiterbildung und Gesundheitsförderung:** Digitale Weiterbildungsangebote und E-Learning-Plattformen bieten die Möglichkeit, Pflegekräfte orts- und zeitunabhängig weiterzubilden. Unterstützt durch digitale Tools, können betriebliche Gesundheitsprodukte wie Wearables das Wohlbefinden der Mitarbeitenden fördern und die Gesundheit stärken.

KOSTENFREIE ONLINE-VERANSTALTUNGSREIHE „NEW WORK IN DER PFLEGE“

Das Mittelstand-Digital-Netzwerk, gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz, bietet am 21. Januar eine kostenfreie Online-Veranstaltung an, die speziell auf kleine und mittelständische Pflegeunternehmen zugeschnitten ist. Hier werden praxisnahe Ansätze zur Umsetzung von New Work und Digitalisierung vorgestellt.

BGM-FACHKREIS „KLINIKEN UND PFLEGEEINRICHTUGEN“

Ein zentraler Aspekt von New Work ist das Betriebliche Gesundheitsmanagement (BGM), das maßgeblich zur Schaffung gesunder und produktiver Arbeitsbedingungen beiträgt. Beide Konzepte ergänzen sich, indem sie die kontinuierliche Verbesserung der Arbeitsumgebung und die Berücksichtigung der individuellen Bedürfnisse der Mitarbeitenden fokussieren.

Der von der IHK Pfalz in Kooperation mit der MRN GmbH initiierte BGM-Fachkreis „Kliniken und Pflegeeinrichtungen“ bietet eine Plattform für den branchenspezifischen Austausch. Im Rahmen dieses Netzwerks werden zentrale Themen wie hoher Arbeitsdruck, Stress und Personalmangel behandelt, um die Arbeitsbedingungen der Mitarbeitenden zu verbessern. Das nächste Treffen des Fachkreises findet im ersten Halbjahr 2025 online statt, und interessierte BGM- und Personalverantwortliche sind herzlich eingeladen, sich dem Netzwerk anzuschließen. »

ANMELDUNG ZUR VERANSTALTUNGSREIHE UND INFOS ZUM BGM-FACKREIS:

ihk.de/pfalz, Nr. 6302430

KONTAKT
Susanne Loyal
0621 5904-1501
susanne.loyal@pfalz.ihk24.de
www.linkedin.com/showcase/ihkpfalz-bgm

VERBRAUCHERPREIS-INDEX

Jahr / Monat				Veränderungen in %	
2023	2024			Oktober 24	Oktober 24
Oktober	August	September	Oktober	September 24	Oktober 23
117,8	119,7	119,7	120,2	+0,4	+2,0

Quelle: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden

IMPRESSUM

Herausgeber:
Industrie- und Handelskammer für die Pfalz
Rheinallee 18-20
67061 Ludwigshafen
Tel. 0621 5904-0
service@pfalz.ihk24.de
www.ihk.de/pfalz

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

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

Umsetzung:
HCP Grauwild GmbH
Brüsseler Straße 6
67657 Kaiserslautern
Tel. 0631 3437 387-0
hallo@hcp-grauwild.de
www.hcp-grauwild.de

Druck:
Bonifatius GmbH
Druck – Buch – Verlag
Karl-Schurz-Str. 26
33100 Paderborn

Tel. 05251 153-301
www.bonifatius.de

Titelbild:
stock.adobe.com – *kromkrathog*

Alle nicht speziell ausgewiesenen Bilder: Firmenfotos

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

IHK TISCHRUNDEN: MEHR IST MANCHMAL DOCH MEHR

Kürzlich haben wir gerätselt, wie alt eigentlich unsere älteste IHK Tischrunde ist. Nach Telefonaten mit ehemaligen Kollegen und allerlei Recherchen konnten wir die Sitzungen der Tischrunde Speyer fast 80 Jahre weit zurückverfolgen – ziemlich lange, wie wir finden.

Von unserer Autorin Sabine Fuchs-Hilbrich

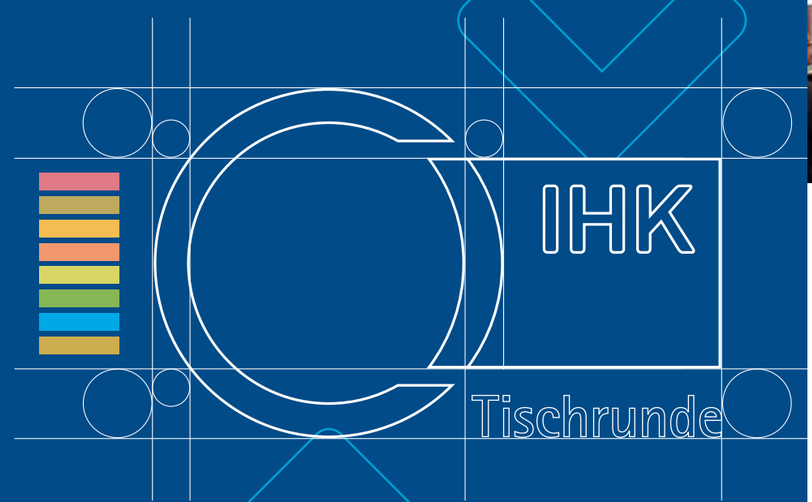
Offensichtlich gab es also schon immer einen Bedarf, dass sich Unternehmerinnen und Unternehmer in einer Region oder an einem gemeinsamen Standort untereinander austauschen und vernetzen. Weitere Tischrunden kamen hinzu und wuchsen zum Teil beachtlich, wie etwa die in der Südwestpfalz. Ludwigshafen ging an den Start, dann die Nordwest- und die Südpfalz. In diesem Jahr haben die IHK Tischrunden noch mehr Dynamik bekommen: Im Mai hat sich die IHK Tischrunde Neustadt gegründet, im September die IHK Tischrunde Frankenthal und im Dezember gibt die IHK Tischrunde Mittelhaardt ihr Debut.

Warum organisiert die IHK Pfalz solche regionalen Netzwerke? Um eine aktive Gemeinschaft engagierter Unternehmerinnen und Unternehmer aller Branchen zu formen, die mit kommunalen Spitzenpolitikern spricht, aber parteipolitisch neutral ist. So zeigen die Unternehmen zusammen mit der IHK Präsenz und setzen sich gemeinsam für ihren Standort ein. Sie wissen schließlich am besten, wo der Schuh die Wirtschaft drückt und welche Themen wichtig sind. So bestimmen die Tischrunden umgekehrt auch mit, wofür die IHK Pfalz sich einsetzt. Und das muss nicht überall gleich sein.

EINHEITLICHKEIT UND VIELFALT – BEI DEN IHK TISCHRUNDEN KEIN WIDERSPRUCH

Bei so viel Dynamik und Wachstum war es an der Zeit, das mittlerweile mehr als zehn Jahre alte Logo der IHK Tischrunden aufzufrischen und einen einheitlichen Markenauftritt zu gewährleisten. Schließlich sollen die Tischrunden auch auf die Marke IHK Pfalz einzahlen. Beim

IHK-LOGO ALS BASIS



TISCHRUNDE LOGO-ERWEITERUNG IN DER JEWEILIGEN LOGOFARBE DER REGION

Tischrunde Neustadt

Tischrunde Südpfalz

Tischrunde Frankenthal

Pitch haben uns die Gewinnerinnen mit ihrem Ansatz überzeugt, Vielfalt in der Einheitlichkeit zu realisieren. Die Agentur and.kommunikationsdesign aus Ludwigshafen hat Logos entworfen, bei denen die Form identisch, die Farbgebung jedoch unterschiedlich ist. Denn auch inhaltlich sind alle IHK Tischrunden generell gleich aufgebaut und haben die gleiche Funktion. Gleichzeitig betont das Logo die Regionalität und Individualität jeder einzelnen Tischrunde. Dazu wird eine passende, bereits genutzte Farbe der jeweiligen Stadt oder Region verwendet – zum Beispiel aus Wappen, Stadtfarben, Logos u.ä. So wird eine klare Verbindung zum jeweiligen Standort hergestellt.

UND KONKRET?

Die IHK Tischrunden treffen sich mindestens zweimal im Jahr, meist bei einem Mitgliedsunternehmen. Sie bilden eine starke Austauschplattform zur Kommunikation und Kooperation. Die Teilnehmenden erwarten wertvolle Hintergrundinformationen, zum Beispiel zu wirtschaftlichen und kommunalen Entwicklungen. Doch im Vordergrund stehen die Diskussion und der konstruktive Dialog. Die Themen? Alles, was die Wirtschaft in der jeweiligen Region gerade bewegt.

Egal, wie alt oder jung eine IHK Tischrunde ist – wichtig sind die lebendigen Netzwerke, die genauso vielfältig sind wie die IHK-Mitgliedsunternehmen. »

Jede Tischrunde hat eine/n IHK-Koordinator/in, an die sich Interessierte gern wenden können.

Alle Infos unter:

ihk.de/pfalz/tischrunden

IHK-SOMMERTOUR 2024: KUNDENNÄHE ERFAHREN

Zehn Unternehmensbesuche in vier Wochen: Das hatten sich die IHK-Kollegen Reiner Schmieder und Michael Rödelsperger für den Sommer vorgenommen. Die Besonderheit: Unter dem selbstgewählten Motto „Kundennähe erfahren“ haben sie sich mit ihren Fahrrädern auf den Weg gemacht. Am Ende haben sie es auf beachtliche 1.080 Kilometer gebracht.

Der IHK Pfalz ist es wichtig, bei ihren Mitgliedsunternehmen Präsenz zu zeigen und ihr gesamtes Leistungsportfolio zu präsentieren. Bei vielen Betriebsbesuchen gewinnen die IHK-Mitarbeiter Einblicke in die Unternehmen und beraten sie, welche Leistungen der IHK Pfalz sie in Anspruch nehmen können.

Schmieder und Rödelsperger, „hauptberuflich“ im Team der kaufmännischen Aus- und Weiterbildungsprüfungen verwurzelt, hatten ihre Besuche im „Sommerloch“ der Prüfungsabteilung geplant. Zwar lagen alle Termine in der Arbeitszeit, doch die Fortbewegungsart nahm einen erheblichen Teil ihrer Freizeit in Anspruch. Das nahmen die beiden im wahrsten Sinne des Wortes sportlich: Die eigene Fitness hat gewonnen und die Nachhaltigkeit in der Pflege der Kundenbeziehungen war gleich doppelt gegeben.

Die besuchten Unternehmerinnen und Unternehmer zeigten sich durchweg angetan und gewährten interessante Einblicke. Gespräche ergaben sich zur wirtschaftlichen Lage, zur Situation am Ausbildungs- und Arbeitsmarkt sowie zu perspektivischen Entwicklungen. All dies sind wertvolle Impulse für die IHK-Arbeit. »

DR. RÜDIGER BEYER FEIERTE 70. GEBURTSTAG

Der ehemalige Hauptgeschäftsführer der IHK Pfalz, Dr. Rüdiger Beyer, ist am 18. November 70 Jahre alt geworden. Der promovierte Geograph kam 1989 zur IHK Pfalz und war von 2004 bis 2017 ihr Hauptgeschäftsführer.

Er hat konsequent das Ziel verfolgt, die regionale Präsenz zur Mitgestaltung der Wirtschafts- und Standortentwicklung zu stärken. Außerdem hat Beyer die Einrichtung der landesweiten Starterzentren für Existenzgründer in Kooperation mit der Handwerkskammer und weiteren Partnern forciert – bis heute ein Erfolgsmodell. Auch der Ausbau des Flugplatzes Speyer und das Thema e-Government waren ihm wichtig. Neben seinem Einsatz für die pfälzische Wirtschaft hat Beyer die Arbeit der Hochschulen Ludwigshafen und Mannheim, des Wilhelm-Hack-Museums und weiterer wirtschaftsnaher Organisationen begleitet. »

Foto: Lotz

Im Fokus des diesjährigen IHK-Bankenforums standen aktuelle bankenaufsichtliche Themen. Oliver Loch (Mitte), Regionalbereichsleiter Banken und Finanzaufsicht bei der Hauptverwaltung der Deutschen Bundesbank in Rheinland-Pfalz und dem Saarland, informierte über die neuesten Entwicklungen und Herausforderungen in der Bankenaufsicht und gab wertvolle Einblicke in die aktuellen regulatorischen Veränderungen und deren Auswirkungen auf die Bankenlandschaft. Mit im Bild sind Ruth Scherer von der IHK Pfalz und IHK-Vizepräsident Kai Landes, Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Kaiserslautern und Vorsitzender des IHK-Bankenforums.

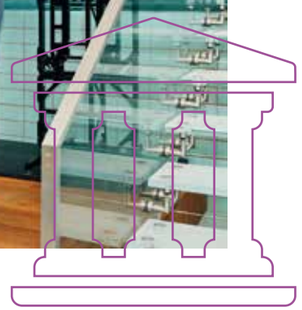


Bild: adobe.stock.com – 472222129

ALBRECHT HORNBACH IST 70 GEWORDEN

Albrecht Hornbach, der amtierende Präsident der IHK Pfalz, hat am 24. Oktober sein 70. Lebensjahr vollendet. Der Vorstandsvorsitzende der Hornbach Holding AG ist seit 2004 Mitglied der IHK-Vollversammlung, seit 2005 Vizepräsident und seit 2015 ihr Präsident. Für die IHK-Organisation hat er lange als Vorsitzender des DIHK-Handelsausschusses fungiert und ist seit 2011 Honorarkonsul von Rumänien.

Daneben hat er seit vielen Jahren zahlreiche Ehrenämter in Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur inne, darunter beim Zukunft Metropolregion Rhein-Neckar e.V., bei der Rheinland-Pfälzischen Technischen Universität Kaiserslautern-Landau und der Stiftung Staatsphilharmonie Rheinland-Pfalz. Vor zehn Jahren ist der studierte Bauingenieur für sein herausragendes gesellschaftliches Engagement mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet worden. »

Foto: Füßler

Foto: Wirtschaftsministerium RLP

AUF DELEGATIONSREISE IN FRANKREICH

Mit einer großen Wirtschaftsdelegation hat Wirtschaftsministerin Daniela Schmitt im Oktober Frankreich besucht. Dabei war die Stärkung der Gründerinnen und Gründer in Rheinland-Pfalz ein besonderes Anliegen für die Ministerin.

Folgerichtig wird die bedeutendste Start-up-Messe Europas, die Vivatech in Paris, Teil des Außenwirtschaftsprogramms 2025. So haben junge Unternehmen die Chance, sich auf einer internationalen Bühne zu präsentieren.

Ein weiterer Programmpunkt war der Austausch zu Fragen der Chemiebranche, der Agrarwirtschaft (Smart Farming) sowie der Biotechnologie bei BASF France. Bei diesen Themen sieht sich Rheinland-Pfalz in einer Vorreiterrolle und will sich auch international positionieren.

Im Mittelpunkt der politischen Gespräche mit Vertretern des Außenministeriums und Abgeordneten der Nationalversammlung standen neben dem Ausbau der wirtschaftlichen Beziehungen auch die Themen Digitalisierung, Innovation und Künstliche Intelligenz. »

Bild: adobe.stock.com – 90734070

WIRTSCHAFTSKOMPETENZ ERLERNEN

Vielen Schülerinnen und Schülern fehlen wirtschaftliche Grundkenntnisse, was den Start in die Ausbildung für Unternehmen und Auszubildende erschwert. Das Projekt startup@school greift genau diese Problematik auf und vermittelt den Schülern sowohl theoretische Wirtschaftskompetenzen als auch praktische Erfahrungen, die durch Kooperationen mit regionalen Partnerunternehmen entstehen.

So hat die BBS Wirtschaft 1, Ludwigshafen, im November mit dem Bildungsprojekt losgelegt; Partnerunternehmen sind das Wasserwerk Schifferstadt und Contargo, Ludwigshafen. Ebenfalls im November startete die St.-Franziskus-Realschule plus in Kaiserslautern mit dem Partnerunternehmen Corning GmbH, Kaiserslautern. Beim dritten Termin im vergangenen Monat hat die IHK Pfalz in der Friedrich-Schiller-Realschule plus in Frankenthal die Präsentationen abgenommen und im Anschluss daran die Zertifikate übergeben. »

Nähere Infos zu startup@school finden Sie hier:

ihk.de/pfalz, Nr. 5227724

Späterer Renteneintritt hat Nebenwirkungen

Um Fachkräfte für die deutsche Wirtschaft zu sichern, sollen künftig mehr Menschen über das Renteneintrittsalter hinaus arbeiten. Dazu hat die Bundesregierung jüngst neue finanzielle Anreize beschlossen: die Einmalzahlung der entgangenen Rente als Prämie sowie Gehaltsverbesserungen ab 2028. Wie jedoch die Wirtschaftsforschung zeigt, kann es bei gut gemeinten Rentenreformen zu unbeabsichtigten Nebenwirkungen kommen. Hier gilt es, von Anfang an gezielt gegenzusteuern.

Die Prognosen zum Fachkräftemangel gehen von zunehmenden Engpässen auf dem Arbeitsmarkt in Deutschland aus. So nimmt das Potenzial der Erwerbspersonen ohne Zuwanderung bis 2035 um gut 7 Millionen Arbeitskräfte ab, so das Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung. Die steigende Beschäftigung älterer Menschen ist ein wichtiger Baustein, um die Herausforderung der demografischen Entwicklung am Arbeitsmarkt zu meistern. Die geplante Rentenaufschub-Prämie und Einkommensverbesserungen setzen dahingehende Anreize. Zusätzliche Maßnahmen sollten die Lehren aus bisherigen Reformen berücksichtigen.

EINKOMMENSVERBESSERUNG ERHÖHT LEBENSERWARTUNG

Wie eine aktuelle Studie des EPoS Economic Research Center zu Rentenbeihilfen in Deutschland belegt, wirken sich Maßnahmen, die das Einkommen von Rentnerinnen und Rentnern verbessern, positiv auf Lebensqualität und Gesundheit aus. Besonders einkommensschwache Personen profitieren, denn ihre Lebenserwartung steigt – möglicherweise etwa wegen weniger Depressionen, geringerer finanzieller Sorgen und damit zusammenhängendem Konsum von Alkohol und Zigaretten. Beispielsweise verlängert bereits eine zusätzliche monatliche Beihilfe von 65 Euro das Leben in der Gruppe der Einkommensschwachen.

Die Möglichkeit, eigene Einkünfte durch längeres Arbeiten zu steigern, hat demnach grundsätzlich einen positiven Einfluss auf die Lebenserwartung der Menschen. Allerdings kommt ein Weiterarbeiten im Rentenalter für bestimmte Gruppen nicht in Frage. Das belegt eine Untersuchung der spanischen Reform. Diese verschob die Altersgrenze, um in den Vorruhestand gehen zu können, für alle Versicherten um fünf Jahre. Die Folge war eine höhere Sterblichkeit bei Menschen, die in körperlich anstrengenden Berufen arbeiten und hohen psychosozialen Belastungen ausgesetzt sind. Um dieser negativen Entwicklung etwas entgegenzusetzen, bieten Erfolgserlebnisse und Anerkennung am Arbeitsplatz sowie die Beschäftigung in Teilzeit einen gesundheitlichen Schutz für ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer.

Bilder: AKIO;stock.adobe.com – Latest Thinking/simplehappyart/radovlad

GROSSMÜTTER ARBEITEN AUF KOSTEN IHRER TÖCHTER

Wie die Forschungsergebnisse zeigen, ist eine schrittweise Absenkung der Arbeitsstunden am Ende des Berufslebens ein guter Weg, um die Herausforderungen der alternden Bevölkerung für die Wirtschaft zu bewältigen und gleichzeitig die Gesundheit der Menschen zu schützen. Neben flexiblen Ruhestandslösungen ist beim verzögerten Renteneintritt die Betreuung der jüngeren Familienmitglieder zu berücksichtigen. Das zeigen Erfahrungen in den Niederlanden.

Eine weitere EPoS-Studie belegt: Für jede Stunde, die Großmütter pro Monat länger im Beruf bleiben, arbeiten ihre erwachsenen Töchter mit kleinen Kindern heute 40 Minuten weniger. Der Grund: Berufstätige Frauen werden oft von ihren Müttern bei der Kinderbetreuung unterstützt. Auf die schulischen Leistungen der Enkelgeneration hat der Rentenaufschub ebenfalls einen Einfluss.

Die Auswirkungen innerhalb von Familien lassen sich durch qualitativ hochwertige, bezahlbare Angebote für die Kinderbetreuung abfedern. Sie schaffen einen Ausgleich, wenn Großeltern länger arbeiten und weniger Zeit mit ihren Enkeln verbringen. Hier können Unternehmen konkret unterstützen, beispielsweise durch Kindertagesstätten, Kooperationen mit externen Einrichtungen oder spezielle Zuschüsse.

Zusammenfassend kann man sagen, dass die höhere Erwerbsbeteiligung älterer Menschen ein wichtiger Baustein ist, um die Herausforderungen des Fachkräftemangels als Folge des demografischen Wandels zu bewältigen. Dabei gilt es aber, nicht alle Berufsgruppen und Arbeitszeitmodelle über einen Kamm zu scheren – wie die Beispiele aus Spanien und den Niederlanden zeigen.

Ziel sollte daher sein, den Renteneintritt in Deutschland grundsätzlich individueller und flexibler zu gestalten. Finanzielle Anreize helfen dabei. Außerdem sind steuerlich begünstigte Teilzeitangebote für ältere Arbeitnehmer wichtig, um gesundheitlichen Beeinträchtigungen entgegenzuwirken. Unternehmen können ältere Beschäftigte zudem durch Umschulungsangebote sowie Betreuungsangebote für Enkelkinder sinnvoll unterstützen. »

crctr224.de

Quellen und Anmerkungen:

www.crctr224.de/newsroom/press-releases/basic-pension-increases-life-expectancy
www.crctr224.de/newsroom/press-releases/pension-reform-why-later-retirement-increases-mortality-risk-epos-research-center-at-university-of-mannheim-reveals
www.crctr224.de/newsroom/press-releases/retiring-later-dutch-grannies-work-at-the-expense-of-their-daughters
Nur mit einer jährlichen Nettozuwanderung von 400.000 Personen bleibt das Arbeitskräfteangebot langfristig konstant - IAB - Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung

Berufstätige Frauen werden oft von ihren Müttern bei der Kinderbetreuung unterstützt.

Han Ye
ist Juniorprofessorin für Volkswirtschaftslehre an der Universität Mannheim und Mitglied des EPoS Economic Research Center, einer Kooperation der Universitäten Bonn und Mannheim. EPoS ist eine Forschungseinrichtung, die von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) gefördert wird und sich mit den zentralen gesellschaftlichen Herausforderungen befasst.

UNSER ANGEBOT ZUR FACHKRÄFTESICHERUNG

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

- **Fachkräfteberatung und Teilqualifikationen**

  Markus Falkner, *06341 971-2581*
  markus.falkner@pfalz.ihk24.de

- **Anerkennung und Bewertung von beruflichen Kompetenzen, zum Beispiel von ausländischen Fachkräften oder von Menschen ohne Berufsabschluss**

  Stefanie Lenz, *0631 41448-2708*
  stefanie.lenz@pfalz.ihk24.de

  Irina Brand, *0621 5904-1811*
  irina.brand@pfalz.ihk24.de

- **Aufstiegsbonus I**

  Petra Berg, *0631 41448-2713*
  petra.berg@pfalz.ihk24.de

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

- **Weiterbildungsberatung und Fördermöglichkeiten für kaufmännisch Qualifizierte**

  Maik Eichelmann, *0621 5904-1822*
  maik.eichelmann@pfalz.ihk24.de

  Dominic Köckeritz, *0621 5904-1820*
  dominic.koeckeritz@pfalz.ihk24.de

- **Weiterbildungsberatung und Fördermöglichkeiten für gewerblich-technisch Qualifizierte**

  Dennis Klein, *0621 5904-1821*
  dennis.klein@pfalz.ihk24.de

aufsteiger-ihk.de

Weitere Informationen unter www.ihk.de/pfalz

Weiterbildungsangebote weiterer regionaler und überregionaler Anbieter finden Sie im Internet, zum Beispiel im Weiterbildungs-Informations-System der IHK-Organisation (www.wis.ihk.de) und auf KURSNET der Bundesagentur für Arbeit (kursnetfinden.arbeitsagentur.de/kurs).

IHK