

Report

Wirtschaftsmagazin der Region Rheinhessen Juli | August | September 2025

Fachkräfte

Neues Forum für
den Handel

Seite 18

Business Women –
neu vernetzt

Seite 40



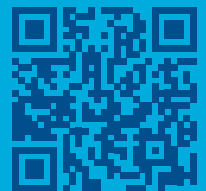


IHK Rheinhessen

**WAS
WIR MAL
WERDEN
WOLLEN:
STOLZ AUF
UNS.**



**JETZT
#KÖNNENLERNEN**



**Ausbildung
macht mehr
aus uns**

Foto: IHK / Sascha Kopp



Ausbildung verdient Anerkennung – und klare Perspektiven

Liebe Leserinnen und Leser,

die erste landesweite Azubi-Umfrage der IHKs in Rheinland-Pfalz zeigt: Drei Viertel der jungen Menschen sind mit ihrer Ausbildung zufrieden. Sie schätzen den Umgang im Betrieb, die Qualität der Ausbildung – und die Menschen, mit denen sie täglich arbeiten. Das ist ein starkes Zeichen für das Engagement unserer Ausbildungsbetriebe.

Aber es gibt auch ein klares Warnsignal: Zwei Drittel der Azubis empfinden zu wenig gesellschaftliche Anerkennung. Wer beruflich durchstartet, sollte dafür nicht weniger Wertschätzung erfahren als jemand mit Studium. Das beginnt bei der schulischen Berufsorientierung – und betrifft ebenso das öffentliche Bild der Ausbildung sowie auch Investitionen in die Ausstattung der Berufsschulen.

Deshalb setzen wir als IHK auf Projekte, die zeigen, was Ausbildung leisten kann: vom Bildungsprojekt [startup@school](#) über neue KI-Module an Schulen bis zur digitalen BerufsInfoOnline. Bei der BIM – der größten Ausbildungsmesse der Region – kommen Ende August in der Mainzer

Rheingoldhalle wieder tausende Jugendliche mit Ausbildungsbetrieben in Kontakt. Direkt, praxisnah, auf Augenhöhe.

Und wir geben der Ausbildung eine Bühne – mit dem Azubi-Festival, das in diesem Jahr mit 2.000 Gästen sein 25-jähriges Jubiläum gefeiert hat. Auf dem Gelände des ZDF-Fernsehgartens haben junge Talente, engagierte Betriebe und viele Unterstützerinnen und Unterstützer gezeigt, wie lebendig und vielfältig die berufliche Bildung in Rheinhessen ist.

Fachkräftesicherung braucht konkrete Angebote. Aber sie braucht auch Haltung. Ausbildung ist kein Plan B. Sie ist der direkte Weg in Verantwortung – und eine tragende Säule unserer regionalen Wirtschaft.

Herzliche Grüße

Karina Szwede

HAUPTGESCHÄFTSFÜHRERIN



22 Früh orientieren, digital lernen, flexibel weiterbilden: Gute Beispiele aus Rheinhessen zeigen, wie Jugendliche und Unternehmen gemeinsam Zukunft gestalten – vom Schulprojekt über KI-Module bis zur Weiterbildung im Job. Fachkräftesicherung beginnt mit Bildung, die mitwächst.

Wie kann der Einzelhandel Social Media nutzen, um Kunden zu gewinnen und Fachkräfte anzusprechen? Beim neuen Format Handelsdialog am 30. September gibt es Impulse, Praxisbeispiele und Austausch.

18



Menschen & Unternehmen

- 4 UBISOFT „In Mainz entwickelt, auf der ganzen Welt gespielt“
- 5 ENA Experts „Viele Extrameilen“
- 6 COM Mainzer Akademie bietet Aus- und Weiterbildung zu allen IT-Themen an
- 6 BG PREVENT Gesundheitsdienstleister mit neuem Namen
- 6 GRIMM KAPITALANLAGEN Ein Jahrzehnt Vermögensberatung
- 6 STEIN STUDIO Mit 80 noch hinter der Ladentheke
- 7 AQAI Simulationen für die Patientensicherheit
- 7 CALL TONI Mainzer Agentur gewinnt German Brand Awards 2025
- 8 AUTOHAUS PIEROTH 75 Jahre Unternehmensgeschichte gefeiert
- 8 Wüstenrot „Wieder mehr Baufinanzierungen“
- 9 LÜFT VERKEHRSTECHNIK Pioniere in Sachen Kunststoff-Recycling
- 10 „Man muss über die Grenzen hinausschauen“ – Interview mit Médard Schoenmaeckers, Boehringer Ingelheim
- 11 Neue Beisitzer bei Einigungsstelle für Wettbewerbsstreitigkeiten

Standortpolitik

- 12 In der Metropolregion geht mehr
- 13 Als in Rheinhessen die Industrie erfunden wurde
- 14 Investitionspakte aus Sicht der Wirtschaft: „Signal zum Aufbruch, aber kein Allheilmittel“
- 16 Greenpark: „Modellprojekt für klimaneutrales Wirtschaften“
- 17 Interview mit Dachmarken-Koordinator Stephan Köhl
- 18 Handelsdialog „Tradition und Social Media widersprechen sich nicht“
- 19 Heimat shoppen: „Unser Herzblut in den Geschäften zeigen“
- 21 Sommerabend mit Jubiläum

Titel

- 22 „Mehr Orientierung in der digitalen Welt geben“
- 27 Kein Studium ohne Praxis
- 29 Weiter, immer weiter
- 30 Das Ticket zum Traumberuf
- 31 Tipps für den Messestand
- 32 Rückblick: BIM Worms 2025
- 33 Mit Meister zum Master
- 34 Internationale Auszeichnung für Mainzer Auszubildende
- 36 „Es hat sich auf jeden Fall gelohnt“
- 38 2.000 Gäste feiern 25 Jahre Azubi-Festival



Mehr Sichtbarkeit, mehr Austausch, mehr Vorbilder: Business Women IHK heißt das neue Netzwerk für Unternehmerinnen und Führungsfrauen. Juliane Eller war zum Auftakt dabei – und spricht über Haltung und echtes Netzwerken.

40

IHK

- 40 Neues Netzwerk Business Women IHK – Interview mit der Winzerin Juliane Eller

Unternehmensgründung & Unternehmensförderung

- 42 nextt-change Unternehmensbörse
43 Wachsende Vielfalt in der Gründungslandschaft
44 Mitarbeiter zu Fans machen

International

- 45 IHK-Termine International
46 Brücken nach Japan
47 „In Japan verkauft man nicht beim ersten Termin“

Extra

- 48 Impressum

KONTAKT

IHK Dienstleistungszentren
service@rheinhausen.ihk24.de

Mainz
Schillerplatz 7, 55116 Mainz
Telefon 06131 262-0

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

Worms
Adenauerring 1, 67547 Worms
Telefon 06241 9117-3

Report
Wirtschaftsmagazin der Region Rheinhessen
Melanie Dietz
Telefon 06131 262-1005
melanie.dietz@rheinhausen.ihk24.de

Starterzentrum
Oliver Sacha
Telefon 06131 262-1704
oliver.sacha@rheinhausen.ihk24.de

Ausbildungshotline
Telefon 06131 262-1608

Weitere Kontakte
ihk.de/rheinhausen

INDEX

AQAI GmbH (7), Auto Hess (38), Auto Pieroth GmbH & Co. KG (8), AWMa GmbH & Co. KG (23,24,25,26), BG prevent GmbH (6), Boehringer Ingelheim Deutschland GmbH (10,11,23,24,25,26), CALL TONI Holding GmbH (7), Christina Katja Degenhart (14,15), Com Mainz Akademie (6), ENA Experts GmbH & Co. evoila GmbH (23,24,25,26), Fahrrad XXL Franz (38), FOM Hochschule (27), Gaul Catering GmbH & Co. KG (36,37) Gemünden Verwaltungsgesellschaft mbH (14,15), Grimm Kapitalanlagen e.K. (6), Gutenberg Digital Hub e. V. (23,24,25,26), Hachenburger Brauerei (38), HDP-Gesellschaft für ganzheitliche Datenverarbeitung mbH (30,31,32), hidden professionals GmbH (36,37), 2HMforum. GmbH (44), Johannes Gutenberg-Universität Mainz (27,33), Juwel Weine GmbH (40,41), KG Real Estate Valuation (5), Knies Zentrale Dienste GmbH (14,15), Löwen Apotheke (13), LÜFT GmbH & Co. KG (9), Mainz 05 (38), Mainzer Stadtwerke (38), mainzplus CITYMARKETING GmbH (30,31,32,38), Next Mobility Labs GmbH (23,24,25,26), Rheinhessen Sparkasse (14,15), Richard A. Willenberg (18), Sapite GmbH (38), Scherer GmbH & Co. KG (38), Schott AG (38), Stein Studio Inge Griss GmbH (6), Steins Traube GbR (34,35), STRASSBURGER Filter GmbH + Co. KG (14,15), TAMIX Beteiligungs GmbH (14,15), Treffert GmbH & Co. KG (30,31,32), Ubisoft Blue Byte GmbH (4), Vicampo.de GmbH (23,24,25,26), VIVI Boutique (19,20), Volksbank Alzey-Worms (38), VRM GmbH & Co. KG (21,38), Wilhelm Faber GmbH (14,15), wiwi Gewerbepark Wörrstadt GmbH & Co. KG (16), Wüstenrot Bausparkasse AG (8), ZDF (38)

COVER

Gestaltung: Milena Schön

„In Mainz entwickelt, auf der ganzen Welt gespielt“

„Anno“, die Reihe an Wirtschaftssimulationen für Computer und Konsole, ist wohl das bekannteste Spiel, das in Mainz entwickelt worden ist. Und weiterhin wird, wie auch bei der 30-Jahr-Feier von Ubisoft Mainz deutlich wurde. Den Weg vom Startup Related Designs aus der IT-Gründerzeit, das einst in die „Anno“-Reihe eingestiegen ist, zum 170-Mitarbeiter-Betrieb als Teil des französischen Milliardenkonzerns Ubisoft erzählt Mitgründer und Studiomanager Thomas Pottkämper.



Fotos: Ubisoft

Was waren die Anfänge Ihres Studios in Mainz?

Wir waren damals vier Freunde, die leidenschaftlich Videospiele gespielt und bereits selbst welche entwickelt hatten. Im Vergleich zu heute war der Markt für Computer- und Videospiele deutlich kleiner und es gab gerade in Deutschland nur wenige Entwicklungsstudios. Was wir anfangs eher als ein sehr gutes Zubrot zur Finanzierung von Studium und Ausbildung ansahen, bewegte uns nach anfänglichen Erfolgen zur Gründung des Unternehmens.

Wie lief die Entwicklung Erfolg?

Zu Beginn arbeiteten wir noch an kleineren Videospielen, zum Beispiel Werbespiele für Zahnpasta oder Schokolade, bis zu aufwendigeren Projekten wie etwa Fußball- oder Minigolfspiele. Besonders hatten es uns aber die 3D-Echtzeitstrategiespiele angetan, mit denen wir die ersten größeren Erfolge feierten. Diese Erfahrung brachte die „Anno“-Marke nach Mainz. Da der dritte Teil der Serie, „Anno 1701“, in 3D entwickelt werden sollte, benötigte man ein Studio mit

dem entsprechenden technischen Know-how. Die Arbeiten begannen 2004, das Spiel wurde 2006 veröffentlicht. Es wurde ein großer internationaler Erfolg, was dem französischen Publisher Ubisoft nicht verborgen blieb, der die „Anno“-Marke 2007 übernommen hat. Dies markierte für uns den Beginn einer erfolgreichen Partnerschaft. Nach den „Anno“-Titeln folgte 2013 die vollständige Integration des Mainzer Studios in Ubisoft. Nun hatten wir die Mittel eines Großunternehmens zur Verfügung, um das Studio und „Anno“ weiter wachsen lassen zu können.

Wofür stehen Sie aktuell?

Unserer Devise sind wir treu geblieben: Schritt für Schritt in die Zukunft unsere Talente und technisches Know-how zu investieren. Mit „Anno 117: Pax Romana“ erscheint im November der achte Teil. Für die Games-Branche haben wir eine überdurchschnittlich lange Firmenzugehörigkeit. Bei uns arbeiten die Veteranen von damals Hand in Hand mit jungen Talenten. Da Leidenschaft eine Grundvoraussetzung ist, um



Spiele zu entwickeln, versuchen wir Räume zu schaffen, in denen sich unsere Belegschaft kreativ entfalten und an den Herausforderungen wachsen kann.

Wie sehen Sie die Zukunft Ihres Betriebs?

Neben der „Anno“-Serie arbeiten wir an anderen Projekten in der Ubisoft-Gruppe, von der Entwicklung von internen Technologien bis hin zu Kollaborationen mit großen Blockbustern wie „Rainbow Six Siege“. Wir sind jedoch immer besonnen mit unseren Herausforderungen gewachsen, und so sind wir zuversichtlich, dass wir auch in der Zukunft einen wichtigen Teil zur Video-spielentwicklung in Deutschland direkt aus Mainz beitragen können.

„Viele Extrameilen“

Dieses Jahr 20. und nächstes Jahr schon 30. Jubiläum feiert Birger Ehrenberg – erst mit dem Mainzer Bewertungsunternehmen ENA Experts Real Estate Valuation mit 50 Mitarbeitern, dann in Erinnerung an sein 1996 gegründetes Einzelsachverständigenbüro. Im Interview blickt der öffentlich bestellte und vereidigte Sachverständige zurück und voraus.

Wie kam es zur Gründung Ihres Unternehmens?

Mein Einzelsachverständigenbüro entwickelte sich sehr gut. So entschlossen sich Brigitte Adam und Jochen Niemeyer zu einer Beteiligung. Damit war ENA, als Zusammensetzung aus den Anfangsbuchstaben unserer Nachnamen, geboren.

Was waren die entscheidenden Schritte zum Erfolg?

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bringen fachliche Exzellenz und viel Engagement, Kreativität und interdisziplinäres Denken mit. Unter ihnen befinden sich Architekten, Betriebswirte, Bauingenieure und Wirtschaftsgeografen. Diese Vielfalt schafft die Grundlage für fundierte, marktorientierte Bewertungen. Darüber hinaus setzen wir auf kontinuierliche Weiterbildung und ein motivierendes Arbeitsumfeld. Unser Erfolg ist das Ergebnis langfristiger Kundenbeziehungen, innovativer Ansätze und vieler zusätzlicher Extrameilen.

Wofür stehen Sie aktuell?

Mit der Erweiterung unserer Partnerschaft durch Stefan Döring, Philip Kohl und Olaf



Foto: Adobe Stock / Adam

Planken sind wir strategisch für die Zukunft aufgestellt. Heute bewerten wir gewerbliche Immobilien ebenso wie große Wohninvestments in Deutschland und international. Auch ungewöhnliche Objekte wie der Stuttgarter Fernsehturm, Golfplätze oder Windparks waren dabei. Unsere eigene Research-Abteilung analysiert tagesaktuell regionale und sektorale Entwicklungen. Wir erstellen Market Snapshots für Banken sowie Studien, wie zuletzt im Umfeld der Bio-Tech-Ansiedlungen in Mainz.

Wie sehen Sie die Zukunft Ihres Betriebs?

Die Digitalisierung verändert auch unsere Branche. Wir nutzen KI bereits heute für Programmierungen, Datenanalysen und die Aufbereitung komplexer Informationen. Dadurch gewinnen wir Zeit für persönliche Beratung, wirtschaftliche Bewertungen und strategische Studien. Trotzdem bleiben fundierte Wertgutachten unser Kerngeschäft und der Bedarf an Erfahrung, Urteilsvermögen und fachlichem Tiefgang wird künftig eher steigen.

Ihre sehr erfahrenen **Experten** für Hausverkäufe in **Mainz...**

KÖNIG IMMOBILIEN
Ein gutes Gefühl

... mit bewährtem **Rundum-sorglos-Service**

48 JAHRE

www.koenig-mainz.de | [@koenigmainz](https://www.instagram.com/koenigmainz) | 06131 99 51 0

NOVOCONT
SYSTEMBAU

Planen
Realisieren
Service

Modul- und Containerbau

Container

Stahlbau

Jetzt anfragen!

06751 4035
info@novocont.de
www.novocont.de

Novocont. Räume mit System.

Optimales Preis-Leistungsverhältnis.
Mit Garantie.



COM Mainzer Akademie bietet Aus- und Weiterbildung zu allen IT-Themen an

Immer wieder wird über Stand und Fortschritt der Digitalisierung geklagt. Hier setzen Unternehmen wie Com training and services an: Seit 25 Jahren bieten Gründer Marco Zimmermann und seine Mitarbeiter in Mainz IT-Trainings für Wirtschaft und öffentliche Hand an. 300 verschiedene Themen werden in sechs Seminarräumen angeboten. Das Spektrum reicht von Anwenderseminaren wie Microsoft Office oder Adobe bis zu Spezialisten-Themen wie Virtualisierung, Cloud oder Security. Unternehmen, Kommunen, Behörden, selten auch Privatpersonen nutzen das Angebot zur betrieblichen Aus- und Weiterbildung. „Wir sind Microsoft-Gold- und Linux-Platinum-Partner und auch Testcenter“, sagt Zimmermann, dessen Unternehmen mit dem Label „Com Mainz Akademie“ unter demselben Dach in der Binger Straße auch Schulungen im Bereich Persönlichkeitsentwicklung anbietet. Mehr als 20.000 Teilnehmertage kommen pro Jahr zusammen, zu einem Dutzend fest angestellten Mitarbeitern kommen methodisch-didaktisch geschulte Dozenten mit praktischer Erfahrung.

BG PREVENT Gesundheitsdienstleister mit neuem Namen

Die B-A-D Gesundheitsvorsorge und Sicherheitstechnik GmbH, die auch in Mainz-Hechtsheim ein Gesundheitszentrum unterhält, hat zum 1. Juli den Namen geändert: Das bundesweit aktive Unternehmen für Arbeitsschutz und Arbeitssicherheit firmiert nun als BG prevent. Das Cluster Wiesbaden, zu dem auch der Standort Mainz gehört, beschäftigt in den Bereichen Sicherheit, Arbeitsmedizin und Gesundheitsmanagement knapp 80 Mitarbeiter und betreut nach eigenen Angaben rund 2.800 Unternehmen, davon rund 1.700 in Rheinhessen.

GRIMM KAPITALANLAGEN Ein Jahrzehnt Vermögensberatung

Das Finanzwissen ist rar gesät in der breiten Bevölkerung, das weiß Thomas Grimm aus langjähriger beruflicher Erfahrung. Der Mainzer Diplom-Kaufmann ist als Anlageberater tätig. „Meine Zielgruppe sind wohlhabende Privat- und Geschäftspersonen“, sagt der 48-Jährige, dem die IHK in diesem Jahr zu einem Jahrzehnt Vermögensberatung gratulierte. Das Gros seiner Umsätze gehe auf Wertpapierberatung zurück, doch Grimm ist auch als freier Versicherungsmakler tätig. Und kümmert sich neben Privatpersonen auch um Unternehmen. Da gehe noch deutlich mehr. Wer beispielsweise als Gesellschafter oder Geschäftsführer größere Anteile am Unternehmen habe, könnte über Kapitalanlagen nachdenken. Denn dann falle lediglich die Körperschaftsteuer an. Im Rahmen der betrieblichen Altersvorsorge oder bei einer Übertragung des Unternehmens auf die nächste Generation bestünden erbschaftssteuerliche Vorteile. Und Unternehmen könnten ohne Zinsänderungsrisiko finanzielle Reserven aufbauen, etwa über Liquiditäts- oder Staatsanleihen. Grimm ist Einzelunternehmer und darf selbst keine steuerliche Beratung anbieten. Sein Team, bestehend aus insgesamt drei Finanzberatern, arbeitet aber mit Steuerberatern zusammen.

STEIN STUDIO Mit 80 noch hinter der Ladentheke

Unternehmertum kennt kein Alter – jedenfalls bei Inge Griss: Die 80-jährige Inhaberin der Stein Studio Inge Griss GmbH steht noch immer jeden Tag hinter der Ladentheke in der Mainzer Innenstadt, berät ihre vielen Stammkunden zum Kauf der passenden Steine und Schmuckstücke und managt Bestellungen. Das Steinstudio befindet sich seit 1976 in der Lotharstraße, Inge Griss wurde von IHK-Hauptgeschäftsführerin Karina Szwede für ihr 25-jähriges Jubiläum ausgezeichnet. Ihre Waren kauft sie bei Messen und Börsen bundesweit.



AQAI Simulationen für die Patientensicherheit

Foto: AQAI



Seit 25 Jahren gibt es die AQAI GmbH, die eines der ersten Simulationszentren Deutschlands betreibt. Das Kürzel steht für „Angewandte Qualitätssicherung in Anästhesie und Intensivmedizin“. Martina und Professor Wolfgang Heinrichs gründeten das Unternehmen aus einer Arbeitsgruppe an der Universitätsmedizin Mainz heraus. Das Ziel war die Steigerung der Sicherheit und Qualität in der Akutmedizin. Zunächst war die Erfassung von Anästhesiedaten Kernaufgabe. Nach dem Umzug nach Mainz-Hechtsheim 2003 kam die Patientensimulation hinzu, als selbstständige Einrichtung unter dem Dach der GmbH. 2020 übernahmen Alexander Rentrop als geschäftsführender Gesellschafter und Manuela Güldner als Mitgesellschafterin das Unternehmen. Das Simulationszentrum Mainz zählt nach eigenen Angaben zu den größten privaten Schulungsinstituten für medizinische Simulation und Patientensicherheit.

CALL TONI Mainzer Agentur gewinnt German Brand Awards 2025

Die Mainzer Agentur Call Toni ist beim diesjährigen German Brand Award gleich doppelt ausgezeichnet worden: für ihr strategisches Micro-Influencer-Programm und das Konzept KI Audio Advertising für Volkswagen Partner. Mit den Lösungen erreichen Autohändler ihre Zielgruppen über Social Media und Radio. „Dieses Projekt setzt Maßstäbe für digitale Sichtbarkeit im Automobilhandel und beweist, wie stilsichere Kommunikation lokale Markenstärke fördern kann“, so das Urteil der Jury. Die 2020 gegründete Agentur Call Toni ist Teil der Conteam Gruppe (Conteam, Vierkant, Tylers, dn*) und betreut mit einem rund 70-köpfigen Team Kunden wie VW, VW Nutzfahrzeuge und Volkswagen Financial Services.



Foto: Grand Vision

Nahmen die German Brand Awards für Call Toni entgegen (von links): Sabrina Körber und Simone Wölfelschneider vom Social-Media-Team sowie Wilma Mankel und Jens Gonnermann aus der Geschäftsführung.

RLP NEXT 2025 INNOVATIONS- KONGRESS

WO IDEEN WACHSEN, BEGINNT ZUKUNFT

DATUM
06.10.2025
9–19 Uhr

WO
Halle 45
55120 Mainz



TICKETS
[sweapevent.com/
rlp-next](https://sweapevent.com/rlp-next)

KEYNOTES

Prof. Dr. Feiyu Xu,
Dr. Alex von
Frankenberg,
uvm.



IHK-Hauptgeschäftsführerin Karina Szweide und IHK-Geschäftsführer Dr. Florian Steidl gratulieren Claudia Pieroth zum Jubiläum

AUTOHAUS PIEROTH 75 Jahre Unternehmensgeschichte gefeiert

Das Binger Familienunternehmen Auto Pieroth feiert sein 75-jähriges Jubiläum. Heute führt Claudia Pieroth in dritter Generation den Betrieb, den die Brüder Franz-Rudolf und Ferdinand Pieroth 1950 in Bingen gegründet hatten. In der zweiten Generation folgten die Cousins Frank und Jürgen Pieroth. Die Geschäftsführung übernahm Claudia Pieroth nach dem Tod ihres Vaters im Jahr 2020. Bereits seit 2010 war sie gemeinsam mit ihm in der Unternehmensleitung tätig. Auto Pieroth betreibt Standorte in Bingen, Worms, Bad Kreuznach und Grünstadt. Insgesamt sind mehr als 150 Mitarbeiter beschäftigt, davon 61 in Bingen. Im Unternehmen befinden sich 43 Auszubildende, zehn davon am Standort Sponsheim, wo 2022 ein neuer Standort bezogen wurde. Das Autohaus vertreibt Fahrzeuge der Marken Ford, Opel, Renault und Leapmotor. Die IHK für Rheinhessen gratulierte mit einer Ehrenurkunde und würdigte die Leistungen am Wirtschaftsstandort Rheinhessen.

„Wieder mehr Baufinanzierungen“

Der Standort Alzey der Wüstenrot Bausparkasse wächst. Mehr Platz, klimatisierte Räume und freie Parkplätze vor der Tür bringt der Umzug aus der Klosterstraße in den Galgenwiesenweg 23 mit sich.



Dana Schweitzer

2018 wurde der regionale Hauptstandort gegründet, der einen Kundenkreis im Radius Wörrstadt, Worms, Göllheim und Bad Kreuznach anspricht. Sechs selbstständige Handelsvertreter im Außendienst, ein

Immobilienmakler und drei Assistentinnen umfasst das Team von Verkaufsleiterin Dana Schweitzer.

Frau Schweitzer, was bieten Sie an?

Grundsätzlich alles rund um Finanzdienstleistungen, vom Bausparvertrag über Tages- und Festgeldkonten oder Immobilienfinanzierungen bis zu Kleindarlehen und Geldanlagen in allen Segmenten, zudem alles an Versicherungen für Firmen- und Privatkunden. Unsere Hauptkunden sind die klassischen Angestellten, Familien, die entweder gerade Immobilien erwerben oder dies in naher Zukunft planen, aber auch Rentner, die in einer abbezahlten Immobilie wohnen, und viele Selbstständige und Firmenkunden. Wobei die mittelständischen Unternehmen eher im Versicherungssegment zu finden sind, die klassische Gewerbefinanzierung bieten wir nicht an.

Ein breites Feld. Wie decken Sie das ab?

Die unterschiedlichen fachlichen Spezialisierungen im Team sind unser Erfolgsrezept. Wir können uns gut ergänzen, jeder ist in seinem jeweiligen Fachgebiet tief drin. Ich selbst bin zertifizierte Vorsorgespezialistin, Bankkauffrau und Fachberaterin für Finanzdienstleistungen.

Was ist aktuell besonders nachgefragt?

Aktuell steigt die Baufinanzierung zum Kauf von Bestandsimmobilien an. Der Bereich Neubau ist stagnierend. In den letzten Jahren hatten wir mehr Modernisierungsnachfragen als aktuell. Jetzt stehen energetische Sanierungen oft in Verbindung mit Kauf. Stark zugenommen haben auch die Geldanlagen, speziell gesicherte Anlagen im Bereich Lebens- und Rentenversicherung.

LÜFT VERKEHRSTECHNIK Pioniere in Sachen Kunststoff-Recycling

In Rheinhessen ist auch das ein besonderes Jubiläum: Seit 55 Jahren gibt es Lüft Verkehrstechnik. 1970 wurde das Unternehmen im Bereich Beschilderung von Peter Lüft in Mainz gegründet. Inzwischen macht der Budenheimer 20-Mitarbeiter-Betrieb, der auch kontinuierlich ausbildet, mit zu 100 Prozent aus Kunststoff-Abfällen bestehenden Elementen zur Verkehrsberuhigung von sich reden. „Mitte der 1980er Jahre, mit Einführung des Gelben Sackes, beginnen die damals schier unvorstellbaren Entwicklungen aus Recycling-Kunststoff“, berichtet das Unternehmen. 1988 war das die Pflanzenwand „Modell Recycling“ das weltweit erste bepflanzbare, hochabsorbierende Lärmschutzsystem mit Pflanzbrettern und Wandscheiben aus 100 Prozent Recycling-Kunststoff.

In den 90ern entwickelt Lüft die ersten Produkte aus Recycling-Kunststoff für ver-

kehrtechnische Anwendungen. Der damals neue Wertstoff wurde schnell zum Standardmaterial für Produkte mit hoher Belastung im Straßenverkehr. 2010 erwirbt Jost Körte die Geschäftsanteile von Peter Lüft und wird Alleingesellschafter. Unter seiner Führung entwickelt das Unternehmen neben neuen Produkten seine Marktaktivitäten verstärkt im Handelsgeschäft für verkehrstechnische Anwendungen. 2014 ging der eigene Online-Shop ans Netz. Mit dem patentierten Inselsystem Almodul wurde jüngst das eigene Inselsystem in Sachen Ressourcennutzung optimiert. Das Unternehmen ist stolz darauf, im Strom- und Gasverbrauch CO₂-neutral zu sein.



Foto: Adobe Stock / Anna



Wir kaufen
Ihre Grundstücke

Gemeinsam stark für neuen Wohnraum!

Wir suchen baureife Grundstücke.

Mit Quartiersentwicklung und Neubau schaffen wir neuen Wohnraum im Großformat. Dafür suchen wir baureife Grundstücke in Deutschland und Österreich. Verfügen Sie über ein passendes Grundstück? Dann sollten wir miteinander sprechen!



Mailen Sie uns Ihr Exposé an angebote-bmb@buwog.com

Das aktuelle Ankaufsprofil der BUWOG und alle Infos auf [buwog.de/Ankaufsprofil](https://www.buwog.de/Ankaufsprofil)

BUWOG



Fotos: Boehringer Ingelheim

„Man muss über die Grenzen hinausschauen“

Seit April ist Médard Schoenmaeckers Vorsitzender der Geschäftsführung der Boehringer Ingelheim Deutschland GmbH. Der Niederländer ist verantwortlich für die operative Führung des Deutschlandgeschäfts. Im Interview spricht er über die Rolle der Politik für seine Branche, die Entwicklung des Biotech- und Pharmastandorts und den roten Faden in seiner Karriere.

Herr Schoenmaeckers, wie haben Sie sich in Rheinhessen eingelebt?

Ich bin am 1. Februar 2020 zu Boehringer Ingelheim gekommen, direkt zu Beginn der Covid-Pandemie. Das hat mir auch erlaubt, viele lange Spaziergänge zu machen und die Gegend kennen zu lernen. Es gefällt mir sehr gut hier.

Sie waren in den Bereichen Investment Banking und Kommunikation tätig. Was ist das Besondere an der Arbeit in der Pharma-Branche?

Ich war immer schon in stark regulierten Branchen tätig und dort, wo es klare Ziele gab. Das ist der rote Faden in meiner Karriere. Die Gesundheit ist das wichtigste Ziel und die absolute Basis für den Wohlstand eines Individuums und der Gesellschaft. Es war eine sehr bewusste Entscheidung.

Seit 2020 haben Sie in Ingelheim die neue Corporate-Affairs-Abteilung geleitet. Welche Schritte waren hier für das Unternehmen wichtig?

Wir hatten zu dem Zeitpunkt keine klare Strategie für unsere Unternehmensmarke, das wollte ich vorantreiben. Den Bereich Public und Government Affairs auszubauen, war ein zweiter Schwerpunkt. Wenn man so schnell gewachsen ist wie Boehringer Ingelheim und sieht, wie wichtig die Politik für Pharmaindustrie und Gesundheitswesen geworden ist – da wollten wir uns noch aktiver einbringen. Ein dritter Schwerpunkt ist die externe Kommunikation. Wir waren als Unternehmen lange das am besten gehütete Geheimnis im Pharma-Markt, wollen aber sichtbar sein, unsere Geschichte erzählen und so zu einem starken Gesundheitssystem und auch dem Pharma-Standort Deutschland beitragen.

Was war bei der Marken-Modernisierung entscheidend?

Unser blaues Logo war seit 1996 unsere Identität, lange Zeit unverändert. Mit Investitionen in unsere Unternehmensmarke wollten wir eine stärkere Identität entwickeln, extern und intern. Unsere Mitarbeiter möchten sich mit Boehringer Ingelheim identifizieren. Und wir wollen sichtbar sein und unsere Geschichte erzählen. Jetzt haben

wir eine digital aufgestellte, moderne Unternehmensmarke unter dem Claim „Life forward“, die international sichtbar ist.

Und wie fällt die Bilanz der Maßnahmen aus?

Die internen Rückmeldungen sind sehr positiv. Wir haben den erneuerten Markenauftritt im Oktober 2023 weltweit eingeführt und hatten binnen weniger Wochen Millionen Downloads in unserem Brandhub. Extern sind wir aufgefallen, und das wollten wir. Eine gute Unternehmensmarke sollte die Leute einen Moment nachdenken lassen. Unsere neue Marke macht genau das, was sie soll.

Sie hatten sich bei Boehringer den Dialog mit politischen Entscheidungsträgern auf die Fahnen geschrieben – und starteten direkt in die Pandemie hinein. Wie haben Sie diese Zeit erlebt?

Man musste auf Landesebene gemeinsam mit der Pandemie umgehen und beispielsweise die Logistik für Impfungen aufbauen. Auf Bundes- und Europa-Ebene ging es darum, schnell effektive Impfstoffe zu entwickeln. Dabei sind gute Kontakte entstanden, die wir nach Covid nutzen wollen, um der Politik zu verdeutlichen, wie wichtig der Pharma-Standort Deutschland ist, als innovative und wachsende Industrie. Dafür braucht man einen starken Markt und die richtigen Rahmenbedingungen. Ich denke, die Kontakte aus der Pandemie haben dazu beigetragen, in einen guten Dialog zu treten. Das sieht man jetzt im Koalitionsvertrag, wo Pharma als Leitindustrie verankert ist.

Wie bedeutend für Ihr Unternehmen ist in diesem Zusammenhang die Etablierung des Biotech-Standorts Mainz und Rheinhessen?

Sehr wichtig. Ich engagiere mich hierfür auch gemeinsam mit dem Ministerpräsidenten bei der Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz. Wenn wir gemeinsam in den Pharma-Standort Mainz und Umgebung investieren, ist das gut für die Ansiedlung von Fachkräften und die Stärkung der Forschungskraft. Es ist sehr wichtig, solche Cluster voranzutreiben. Dabei darf man nicht nur auf lokaler oder Landesebene agieren, sondern muss über die Grenzen hinausschauen, was auch geschieht.



Médard Schoenmaeckers, Deutschlandchef von Boehringer Ingelheim

Welche nächsten Schritte möchten Sie nun mit dem Unternehmen gehen?

Es gibt viel zu tun. Wir haben Herausforderungen in der Bundes- und Landespolitik und müssen uns engagieren, um einen noch stärkeren Pharma-Standort Deutschland zu etablieren. Wir sind Innovations- und Investitionsantreiber und müssen das bleiben. Wir haben verschiedene Produkte in der Pipeline, die wir so schnell und erfolgreich wie möglich in Deutschland auf den Markt bringen wollen. Dazu zählen Medikamente gegen Lungenfibrose, Lungenkrebs sowie Lebererkrankungen und Übergewicht.

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST

Neue Beisitzer bei Einigungsstelle für Wettbewerbsstreitigkeiten

Die IHK für Rheinhessen gibt folgende neue Beisitzer der Einigungsstelle für Wettbewerbsstreitigkeiten bekannt:

Dominique Döttling, Döttling & Partner Beratungsgesellschaft mbH
Tobias Bartenbach, Bartenbach AG
Stefan Bauer, Radio Bauer GmbH

Mainz, 14.07.2025

Almut Diederichsen
Vorsitzende der Einigungsstelle für Wettbewerbsstreitigkeiten der IHK für Rheinhessen

Andre-Michels.de

info@Andre-Michels.de

ANDRE-MICHELS + CO.
STAHLBAU GMBH



56727 Moyaen

Stahlhallenbau Dacheindeckungen
Wandverkleidungen Tore Türen Fenster

02651 96 200

In der Metropolregion geht mehr

Solide in Sachen Stabilität, mit Nachholbedarf bei der Innovationskraft – dieses Zeugnis stellt eine Studie des Beratungs- und Forschungsdienstleisters IW Consult der Metropolregion Rhein-Neckar (MRN) aus. Mit der Studie will die IHK Metropolregion Rhein-Neckar, an der auch die IHK für Rheinhessen beteiligt ist, die Resilienz des Wirtschaftsraums ermitteln, Zukunftsszenarien und Handlungsempfehlungen ableiten.



Quelle: AdobeStock

„Stabile und zukunftsgerichtete Rahmenbedingungen sind das Fundament einer resilienten Wirtschaftsregion. Für die MRN gilt es daher, die erkannten Defizite in der Infrastruktur zu überwinden, die MINT-Bildung stark zu fördern und letztlich auch das Image der Region zu schärfen, um für nationale und internationale Talente als zukunftsorientierte Wirtschaftsregion attraktiv zu sein.“

Michael Kundel, Vizepräsident der IHK für Rheinhessen

Bescheinigt wird der Region am Drei-Bundesländer-Eck um Mannheim, Ludwigshafen und Heidelberg eine hohe Lebensqualität für die 2,3 Millionen Einwohner, eine ausgewogene Wirtschaftsstruktur sowie eine exzellente Hochschul- und Wissenschaftslandschaft. Das alles nutzt der Wirtschaftsleistung. Die Studie verweist auf die vier „Megatrends“ Digitalisierung, Dekarbonisierung, demografischer Wandel und Deglobalisierung. Und da sorgen in der MRN die relativ starke chemische Industrie, der IT- und Kommunikationsbereich, Life Sciences und der Automobilsektor mit ihren nationalen und internationalen Abhängigkeiten für stärkere Anfälligkeit bei Krisen.

Das Fazit für die Region: Destabilisierend auf die Wirtschaft wirkt der hohe kommunale Schuldenstand, stabilisierend das Qualifikationsniveau der Beschäftigten. Licht und Schatten weist die Studie bei digitaler und Verkehrsinfrastruktur nach. Eine unterdurchschnittliche Branchendiversität sorgt für erhöhte Abhängigkeit von den Kern-

branchen, in Sachen Unternehmensgrößen jedoch ist die Region breit aufgestellt. Zu Forschung und Entwicklung lautet der Befund: Gut, aber es geht mehr. Rückläufig seien die Gründungsdynamik und die Dichte digitaler Startups sowie die Patentanmeldungen.

Auffällig ist, dass Worms mit einer Beschäftigungsquote von 64,1 Prozent besser dasteht als die MRN insgesamt (Stand: 2022), aber bei einer Bruttowertschöpfung von 73.901 Euro pro Beschäftigtem hinter den 77.000 Euro der gesamten Region zurückbleibt. Schlechter steht Worms beim Schuldenstand der Kernhaushalte da, sowie, obgleich Hochschul-Standort, beim Anteil hoch qualifizierter Beschäftigter – mit 11,8 Prozent gegenüber 20,4 in der gesamten Region. Die Studie bescheinigt Worms eine gute Verkehrsanbindung, ÖPNV-Durchdringung und Breitbandversorgung. Als nachteilig nennt die Studie die geringere Branchendiversität, die niedriger sei als in der Region insgesamt. Auch bei der Grün-

dungsintensität im Bereich High Tech und der Dichte digitaler Startups gebe es bei Worms im Vergleich zu gesamten Metropolregion noch Nachholbedarf.

Die Risiken der Befunde für die Bruttowertschöpfung sind erheblich. Die Handlungsempfehlungen lauten: Infrastrukturausbau, verstärkte MINT-Bildung, Imageauffrischung der Metropolregion, Ansiedlung von Zukunftsbranchen sowie eine gründliche Verbesserung der Innovationsfähigkeit der Region inklusive Erschließung von Gewerbe- und Industrieflächen und die Schaffung von Innovationsfonds.

RESILIENZSTUDIE MRN

Für die Studie hat IW Consult als Teil des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln im Auftrag der IHKs statistische Daten ausgewertet, eine Unternehmensumfrage und Experteninterviews durchgeführt. Die kompletten Ergebnisse finden sich unter



ihk.de/rheinhessen/mrn-Resilienzstudie

Als in Rheinhessen die Industrie erfunden wurde

Axel Nixdorfs Dokumentarfilm über den Oppenheimer Friedrich Koch, Pionier der Heilkunde, geht bis zu den Wurzeln der chemisch-pharmazeutischen Industrie in Deutschland.

Friedrich Koch ist einer der Urväter der Industrieentwicklung in Rheinhessen. Denn er hat in Oppenheim den ersten Industriebetrieb Deutschlands gegründet. Diese, wie er selbst sagt, „steile These“ stellt Axel Nixdorf auf. Gängiges Wissen ist, dass der gebürtige Südhessen und Pfarrerssohn nach Apothekerlehre und Pharmaziestudium in Oppenheim vor rund 200 Jahren die Löwen-Apotheke geführt und Chinin zur Malaria-Behandlung produziert hat.

Acht Jahre Recherche und 18 Monate Filmproduktion hat Nixdorf aufgewendet, um den Wissensstand über diesen rheinhessischen Pionier der Heilkunde zu maximieren und in einer 37-minütigen Dokumentation darzustellen. „Eher zufällig auf das Thema aufmerksam geworden, war mir rasch klar, dass Kochs weltverändernde Arbeit an der Chinin-Fabrikation und die dazu notwendig einzubindenden Technologien bis dahin weitestgehend unerforscht geblieben waren“, berichtet der Journalist, der sich auf die Suche machte, Information und Dokumente zusammentrug, immer wieder reproduzierende Falschmeldungen korrigierte. Getreu dem Motto: „Auf zu den Quellen!“, vom Mainzer Stadtarchiv bis zu den Nachfahren Kochs.

Was dabei herauskam, bezeichnet Nixdorf als spektakulär. Er spricht von „einem menschenverändernden Wissens- und Technologieschub von 22 Jahren Dauer“. „Klar wird vor allem, dass es sich beim Wirken Kochs um die Hervorbringung der ersten chemisch-pharmazeutischen Industrie in Deutschland handelt“, betont der Filmemacher. Fabrikation statt Einzelanfertigung, Kraftmaschinen zur skalierten Produktion, Arbeitsteilung nach Qualifikation, Kapitalakkumulation – alles, was industrielles Wirtschaften auszeichne, finde sich bereits ab 1821 bei Kochs Chinin-Herstellung, auch wenn er nicht der Urheber dieses Verfahrens war.



„Friedrich Koch revolutionierte die Herstellungstechnologien seines Berufsstandes, der bis dahin seit Jahrtausenden individuelle Maßanfertigung für einzelne Patienten betrieb“, führt Nixdorf aus, „und er brachte die technologische Phantasie auf, das bis dahin nur aus dem Bergbau bekannte lärmendste, monströseste, schwerste technische Gerät seiner Zeit, die Dampfmaschine, in eben jenen pharmazeutischen Fertigungsprozess einzubinden.“ Somit kam der Wissenschaftshistoriker Ernst Schwenk zu dem Schluss: „Die Wiege der Pharmaindustrie stand in Oppenheim.“

Um diese Abläufe auf die Leinwand zu bringen, suchte der ehemalige Zeitungs- und Magazin-Redakteur, ZDF- und Arte-Dokumentarfilmer die Zusammenarbeit mit der Stadt und dem Geschichtsverein Oppenheim. Einen Auftraggeber gab es nicht. „Das ist mein Privat-Projekt, und es war teuer“, erzählt Nixdorf, der auf Strahlkraft durch Teilnahmen an Film-Festivals, Vorführungen und eine Online-Verwertung baut. Im Oppenheimer „KommKi“ war die Nachfrage bereits groß.

„Dies ist die Geschichte davon, wie in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts die pharmazeutische Industrie in Deutschland aus dem Geist der Apotheke erfunden wurde“, beginnt die filmische Erzählung, in der zahlreiche Dokumente abgebildet und visuell hervorgehoben werden. Dabei kam, wie Nixdorf unterstreicht, erstmals in diesem Genre eine 3D-Animation zum Einsatz. Zudem stellt der Filmemacher, unter dem Schlagwort „Open Source Community“, das Umfeld Kochs heraus, mit Namen wie Heinrich Emanuel Merck. Über das Unternehmen, das der Darmstädter Apotheker gegründet hatte, wurde deutlich mehr geforscht und geschrieben. Das rheinhessische Pendant möchte Nixdorf nun ins Zentrum der Aufmerksamkeit rücken.

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST

Info und Kontakt:



<https://nxdrf.de/blog>

„Signal zum Aufbruch, aber kein Allheilmittel“

Mit dem Investitionspaket der Bundesregierung und der Investitionsoffensive des Landes Rheinland-Pfalz sollen dringend benötigte Impulse für Infrastruktur, Digitalisierung und wirtschaftliche Entwicklung gesetzt werden. Ohne Frage ein wichtiges Signal – denn viele Kommunen stehen finanziell unter Druck, viele Unternehmen warten auf bessere Rahmenbedingungen. Doch ob das Geld auch zügig vor Ort ankommt, bleibt fraglich. Aus dem Präsidium der IHK gibt es dazu unterschiedliche Stimmen – zwischen Hoffnung und Skepsis.



Dr. Marcus Walden
Vorsitzender des Vorstandes
Rheinessen Sparkasse
Präsident der IHK für Rheinessen

„ Entscheidend ist, dass das Investitionspaket direkt in der Wirtschaft ankommt: in Form von Aufträgen für regionale Unternehmen. Es darf nicht in langwierigen Prüfverfahren oder Konzeptstudien versickern. Jeder Euro sollte möglichst schnell Wirkung entfalten – durch konkrete Projekte, die unsere Betriebe stärken und die Standortqualität in Rheinessen verbessern. Jetzt geht es darum, die Pakete mit konkreten Maßnahmen zu unterlegen. Strukturreformen müssen schnell kommen und wirken – direkt in den Betrieben und nicht nur ‚auf dem Papier‘.



Karl-Wilhelm Faber
Geschäftsführer
Wilhelm Faber GmbH
Vizepräsident Bingen/
Ingelheim/Alzey der
IHK für Rheinessen

„ Ich bin skeptisch, ob das Investitionspaket wirklich ankommt. Schon heute dauern Verfahren viel zu lange – oft reden zu viele Stellen mit, aber am Ende übernimmt keiner Verantwortung. Dabei bräuchte es mehr Mut zum Machen, auch auf die Gefahr hin, mal einen Fehler zu riskieren. Besonders beim Ausbau der Verkehrsinfrastruktur wäre schnelles Handeln nötig. Stattdessen scheitern Projekte oft an Genehmigungen – wie wir zuletzt auch im Ahrtal gesehen haben. Am ehesten lässt sich aus meiner Sicht der Ausbau der digitalen Infrastruktur umsetzen.



Michael Kundel
Geschäftsführer
TAMIX Beteiligungs
GmbH
Mitglied des Aufsichtsrats RENOLIT SE
Vizepräsident Worms
der IHK für Rheinessen

„ Das Investitionspaket der Bundesregierung ist ein wichtiges Signal zum Aufbruch, aber kein Allheilmittel. Es wird nur dann seine ganze Kraft entfalten können, wenn auch die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen gerade für die Industrie – beispielsweise bei den Energiekosten – verlässlicher und wettbewerbsfähiger gestaltet werden. Ein Mehr an politischem Vertrauen in die Selbstverantwortung der Wirtschaft, Entlastungen bei Berichtspflichten und schnellere Genehmigungsverfahren wären ein guter Anfang, besonders mit Blick auf die rheinessischen exportabhängigen Industrieunternehmen, die das Rückgrat für Wertschöpfung, zukunftsorientierte Ausbildung und gut bezahlte Arbeitsplätze darstellen.



Ulrike Knies
Geschäftsführerin
Knies Zentrale
Dienste GmbH
Mitglied des Präsidiums
der IHK für Rheinessen

„ Vom Investitionspaket der Bundesregierung erhoffe ich mir konkrete Impulse für die regionale Wirtschaft in Rheinessen – vor allem durch den Ausbau von Infrastruktur, Digitalisierung und Fachkräfteförderung. Zudem würden Investitionen in den öffentlichen Nahverkehr und schnelle Internetverbindungen den Standort attraktiver für Fachkräfte machen. Gerade in unserer Region, die stark vom Mittelstand geprägt ist, können solche Maßnahmen helfen, Innovationen anzustoßen und die Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu sichern. Wichtig ist dabei aber auch eine unbürokratische und transparente Vergabe der Fördermittel.



Christina Degenhart
Unternehmensberaterin
Mitglied des Präsidiums
der IHK für Rheinhessen

„Priorität für dieses Investitionspaket muss in erster Linie sein, dass die Gelder direkt bei den Unternehmen und den handelnden Organisationen ankommen. Von immenser Wichtigkeit sehe ich das Sondervermögen für Bildung und Betreuung, unter anderem für eine zielgerichtete Fachkräfteoffensive. Wir müssen sicherstellen, dass mit bestens ausgebildeten Mitarbeitenden der Wirtschaftsstandort Deutschland wettbewerbsfähig bleibt.“



Tim Gemünden
Geschäftsführer
Gemünden Verwaltungsgesellschaft mbH
Mitglied des Präsidiums
der IHK für Rheinhessen

„Mit den Gesetzesinitiativen zum Wohnungsbau stellt der Bund die richtigen Weichen. Die neuen Rahmenbedingungen geben den Kommunen alle nötigen Werkzeuge in die Hand, um den Wohnungsbau kraftvoll voranzubringen. Damit eröffnen sich große Chancen – auch und gerade für die wirtschaftliche Entwicklung in der Region. Denn Wohnraum ist ein zentraler Standortfaktor: Wer wachsen will, braucht Platz für neue Beschäftigte. Nur mit ausreichendem Wohnungsangebot bleiben wir für Unternehmen attraktiv und zukunftsfähig. Jetzt kommt es darauf an, diese Impulse des Bundes auf kommunaler Ebene entschlossen in die Umsetzung zu bringen.“



Julia Schnitzler
Geschäftsführerin
STRASSBURGER
Filter GmbH + Co. KG
Mitglied des Präsidiums
der IHK für Rheinhessen

„Solange bürokratische Hindernisse für Investitionen nicht aus dem Weg geräumt werden – und ohne pragmatisches Handeln –, wird die Umsetzung, wie in der Vergangenheit, zu großen Teilen auf der Strecke bleiben. Es wird einfach zu lange dauern, bis etwas passiert. Ein Investitionspaket ohne flankierende Reformen ist nicht ausreichend, weil es nicht die Engpässe in der Verwaltung löst. Es müssen daher andere Maßnahmen wie die Digitalisierung und Entbürokratisierung der Verwaltung parallel laufen, damit Investitionen schnell umgesetzt werden können.“

Höhne-Grass^{GmbH}

Bewirb Dich jetzt!

Ausbildungsplätze 2025



➤ **Ausbildung: Fachkraft für Möbel-, Küchen- & Umzugsservice**



➤ **Ausbildung: Kfl. für Spedition & Logistikdienstleistung**

13. Gehalt | weitere Benefits | hohe Übernahmechancen

Günther Höhne Inh. Josef Grass Nachf. GmbH
Johannes-Kepler-Straße 16 • 55129 Mainz ☎ Tel.: 06131-95 98 80
➔ www.hoehne-umzug.de ➔ bewerbung@logserv.biz

Fragen? Wir helfen gerne weiter.
➔ d.dequis@hoehne-umzug.de
➔ 06155 - 83 67 45 (Diana Dequis)

Mehr Infos



„Modellprojekt für klimaneutrales Wirtschaften“

Der Name ist Programm: In Wörrstadt entsteht der „Greenpark“, ein neuer Gewerbepark, komplett auf Nachhaltigkeit ausgerichtet. Im Januar soll die Erschließung beginnen.

Foto: Greenpark



Grundstücksverteilung beim „Greenpark“.

Das letzte Wort ist das Besondere. „Gewerbepark an der A63, Teil IV“ nennt sich das Vorhaben in Wörrstadt in der Mitte Rheinhessens. Zusatz: „Greenpark“. Zwischen dem Energieanbieter Juwi und dem Autohof direkt an besagter Autobahn wird in den Bauphasen drei und vier nun die Lücke geschlossen. Mit einem besonderen Augenmerk auf Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung.

Auf 160.000 Quadratmetern sollen Unternehmen angesiedelt werden, die sich auf nachhaltiges Wirtschaften spezialisiert haben. Mit der Projektentwicklung ist eine Unternehmensgruppe betraut. Die Erschließung soll, wie Greenpark-Geschäftsführer Matthias Willenbacher sagt, nach aktuellem Stand im Januar 2026 beginnen. Baubeginn auf den Grundstücken könnte dann ab Sommer 2026 sein. 16 Grundstücke zwischen 1.600 und 22.000 Quadratmetern wurden angeboten. Welche noch verfügbar sind, ist auf der Netzseite greenpark-woerrstadt.de zu sehen.

„Im Greenpark Wörrstadt setzen wir konsequent auf eine dezentrale, CO₂-arme und zukunftssichere Energieversorgung – direkt vor Ort“, kündigt Willenbacher an. Ein zen-

traler Bestandteil dabei seien Photovoltaikanlagen, die laut Bebauungsplan mindestens 60 Prozent der nutzbaren Dachflächen aller Neubauten belegen sollen. Dieses lokale Angebot werde durch Solar-, Wind- und Biogasanlagen im Umland ergänzt. „Durch direkte Lieferverträge sichern wir uns langfristige und stabile Mengen an erneuerbarem Strom, ohne dass lange Transportwege oder teurer Netzausbau nötig sind. Überschüssiger Solarstrom kann direkt ins öffentliche Netz eingespeist werden“, erläutert Willenbacher, der von stabilen, planbaren Tarifen über einen Zeitraum von 25 Jahren spricht.

Voraussetzung für Ansiedlung: Ausrichtung auf Nachhaltigkeit

Fossile Energiequellen sind Tabu. Wärmepumpen sollen Umweltwärme nutzen, Warmwasser werde überwiegend regenerativ, beispielsweise über Solarthermie, erzeugt, die Nutzung industrieller Abwärme geprüft. „Damit ist der Greenpark ein Ort für zukunftsorientierte Unternehmen und ein Modellprojekt für nachhaltige und klimaneutrale Industrie- und Gewerbegebiete“, betont Willenbacher, der mit einem Eigenversorgungsgrad von bis zu 100 Prozent

rechnet. Zumal der bestehende Solarpark vor Ort auf die fünffache Leistung repowert werden soll und auch der Bau zweier Windräder in direkter Nähe zum Gewerbepark geplant ist.

Die Gebäude sollen einem kreislauffähigen Planungs- und Bauansatz folgen. „Baustoffe sollen ressourcenschonend verwendet, wiederverwendet oder recycelt werden können“, sagt Willenbacher. Möglichst viele Gebäude sollen in Holzbauweise errichtet, Dächer und Fassaden begrünt werden. Auch öffentliche Grünflächen sowie begrünte Regenrückhaltebecken sind Teil des Konzepts. Alle Gebäude seien auf optimale Energienutzung hin konzipiert und sollen Teil der lokalen Energieproduktion sein. „Ergänzt wird dies durch ESG-relevante Standards wie E-Mobilitätsinfrastruktur, intelligente Abfallwirtschaft und umfassende Begrünung.“ Dabei spielen zu Beginn auch der öffentliche Ladeplatz am Autohof nebenan eine Rolle. Der Bebauungsplan schließt im Greenpark die Ansiedlung von Logistikunternehmen und Handelsbetrieben des täglichen Bedarfs, etwa aus dem Lebensmitteleinzelhandel, aus. „Willkommen sind hingegen Unternehmen aus den Bereichen Büro und Dienstleistungen, Industrie und Produktion, Hotellerie und Gastronomiebetriebe, Freizeit und Gesundheit, wie Fitnessstudios, sowie Veranstaltungs- und Kongresszentren“, sagt Willenbacher. Auch moderne Mischkonzepte oder moderne Gewerbehöfe könnten sich ansiedeln. „Voraussetzung ist eine Ausrichtung auf Nachhaltigkeit, Innovation und ESG-Konformität.“ Der Projektentwickler empfiehlt allen Grundstückskäufern eine Zertifizierung ihrer Bauprojekte durch die Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen.

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST

Ein Superlativ für Rheinhessen

Seit Jahresbeginn ist Stephan Köhl als rheinhessischer Dachmarken-Koordinator im Amt. Nun steht fest, wofür die Region stehen will – und wie die neue Dachmarke wirken soll.



Herr Köhl, was macht eigentlich ein Dachmarken-Koordinator?

Die Dachmarke hat die primäre Aufgabe, Rheinhessen nach innen wie auch nach außen attraktiver und bekannter zu machen. Neben den Rheinhessen-Institutionen Wein, Tourismus und Kultur soll die Dachmarke die gesamte rheinhessische Wirtschaft mit ins Boot holen. Dazu bieten wir Partnerschaften an, die Unternehmen einen echten Nutzen bieten. Zunächst ging es darum, eine Strategie zu entwickeln.

Welche Funktion hat die Dachmarke?

Marken wachsen immer von innen nach außen. Erst wenn die Menschen und Betriebe stolz auf ihre Region sind und sich unseren gemeinsamen Zielen anschließen, können wir auch schlagkräftige Kampagnen durchführen. Die Dachmarke steht für die Kernwerte Rheinhessens und verfolgt eine gemeinsame Positionierung, die sich klar von anderen Regionen unterscheidet.

„Erst wenn die Menschen und Betriebe stolz auf ihre Region sind und sich unseren gemeinsamen Zielen anschließen, können wir auch schlagkräftige Kampagnen durchführen.“

Wie wird sie inhaltlich gefüllt?

Unsere Rheinhessen-Marke wurde 2013 vor allem aus der Perspektive Wein und Tourismus entwickelt. Jetzt war es an der Zeit, gemeinsam mit Vertretern der Wirtschaft einen frischen Blick darauf zu werfen. In einem kompakten Prozess im Mai und Juni haben 20 engagierte Menschen aus nahezu allen Branchen mitgedacht und mitgeformt.

Was kam heraus?

Das Ergebnis war eine neue Positionierung, die zu allen Rheinhessen-Institutionen passt – fundiert, zukunftsgerichtet und aus

der Region heraus gedacht. Im Fokus standen der Markenkern – also das, was uns ausmacht: unsere Herkunft, unsere Werte, unsere Haltung – und die Positionierung, die beschreibt, wohin wir gemeinsam wollen. Sie richtet den Blick nach vorn: Was ist unser Zielbild für die nächsten sieben bis zehn Jahre?

Welche Akteure sind aktiv mit im Spiel?

Mit der Besetzung der Personalstelle für die Dachmarke ist auch der Rheinhessen-Strukturrat ins Leben gerufen worden. In ihm sitzen Vertreter der Gebietskörperschaften und zentraler Rheinhessen-Institutionen. Besonders eng arbeitet die Dachmarke mit vier Partnern zusammen: Rheinhessenwein, Rheinhessen-Touristik, Rheinhessen-Marketing und Rheinhessen-Kultur.

Welche Ziele verknüpfen Sie mit Ihrer Arbeit?

Mein Ziel ist es, Rheinhessen als lebendige, dynamische Region weiter zu profilieren. Dafür möchte ich Projekte, Institutionen und engagierte Menschen stärker miteinander vernetzen. Nicht jeder Wunsch ist finanzierbar – umso wichtiger ist es, Prioritäten zu setzen. Wenn es gelingt, dass unsere Gäste, Fachkräfte und Unternehmen bei „Rheinhessen“ sofort an unser lebendiges Miteinander wie auch an unsere Wohlfühl-Qualität denken, dann haben wir viel erreicht.

DIE FRAGEN STELLTE TORBEN SCHRÖDER,
FREIER JOURNALIST

RHEINHESSEN-KONFERENZ

Am Dienstag, 2. September, 18 bis 20 Uhr, wird in Mainz im Rahmen der Rheinhessen-Konferenz die neue Dachmarkenstrategie präsentiert – zusammen mit Möglichkeiten für Unternehmen der Region, sich daran zu beteiligen. Infos und Anmeldung:



rheinhessen.de/rheinhessen-konferenz

Tradition trifft Social Media

Foto: Julia Schneider



Jan Sebastian

Mit dem Handelsdialog Rheinhessen startet die IHK im Herbst ein neues Veranstaltungsformat für den Handel – im Fokus 2025 steht das Thema Social Media. Jan Sebastian, Inhaber von Juwelier Willenberg am Mainzer Schillerplatz und Vorsitzender des IHK-Ausschusses für Handel, Stadt- und Regionalentwicklung, berichtet über Chancen für seine Branche und, warum er selbst dort aktiv ist.

Der Handelsdialog 2025 dreht sich um Social Media – warum dieser Fokus?

Social Media ist aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. Wer auf sich aufmerksam machen möchte, sollte die Möglichkeiten nutzen, die sich dadurch bieten. Ich bin dort aktiv, um auf meine Kollektionen und Werkstätten aufmerksam zu machen. Bisher habe ich noch keine Fachkräfte über Social Media gesucht, aber das halte ich für ein interessantes Thema.

Wie passen ein traditionsreiches Juweliergeschäft und Social Media zusammen?

Unter Tradition versteht man die Überlieferung von Werten und Normen. Wir sind Uhrenspezialist und Kunsthandwerker, haben eine Goldschmiede und Uhrmacherwerkstatt. Gerade in einem Fachgebiet wie Uhrmacherei, Goldschmiedekunst und Kunsthandwerk bietet Social Media eine großartige Möglichkeit, die Werte, Handwerkskunst und die Geschichte meines Hauses authentisch zu vermitteln. Tradition, Juwelier und Social Media widersprechen sich also nicht, sie ergänzen sich.

Wie ist Ihre Beobachtung hier in der Region: Wie stark wird Social Media in Ihrer Branche genutzt?

In den sozialen Medien fällt schnell auf, dass die Menschen in Rheinhessen und Mainz ihre Heimat lieben. Dieser Lokalpatriotismus ist auch für den Handel eine Chance, die viele Kolleginnen und Kollegen in unserer Region nutzen, auch über Social Media. Aber da ist noch viel Luft nach oben.

In welchen Bereichen kann Social Media den stationären Einzelhandel voranbringen?



Foto: Adobe Stock / tirachard

Durch die Möglichkeit, zielgerichtete Werbung zu machen – kostenlos oder kostengünstig. Zum einen natürlich, um bestehende und neue Zielgruppen anzusprechen und für Produkte zu werben. Social Media bietet aber auch einen unkonventionellen Weg, um Fachkräfte auf den Einzelhandel aufmerksam zu machen. Statt nur eine klassische Anzeige zu posten, kann man beispielsweise kurze Videos, Statements aus dem Team oder Einblicke in den Arbeitsalltag nutzen.

Wo sind die Hürden?

Eigentlich sehe ich keine. Jeder kann Social Media nutzen. Wichtig ist, dass man sich überhaupt damit beschäftigt. Unter Umständen braucht man Unterstützung bei der Gestaltung von Anzeigen und der Selektion von Zielgruppen. Auch der Faktor Zeit ist nicht zu unterschätzen – wer Social Media richtig für seinen Betrieb nut-

zen möchte, muss auch Zeit und Kreativität investieren. Der Austausch beim Handelsdialog 2025 gibt dafür sicher wertvolle Impulse.

DAS GESPRÄCH FÜHRTE NINA MACHER, GESCHÄFTSFÜHRERIN DES IHK-DIENSTLEISTUNGSZENTRUMS IN WORMS UND VERANTWORTLICHE FÜR DAS THEMA HANDEL

HANDELSDIALOG RHEINHESSEN

Mit dem Handelsdialog Rheinhessen startet die IHK ein neues Veranstaltungsformat, das aktuelle Themen der Branche in den Mittelpunkt stellt – mit praxisnahen Vorträgen, frischen Impulsen und viel Raum für den Austausch. Der Handelsdialog 2025 beginnt am Dienstag, 30. September, um 16 Uhr in der IHK für Rheinhessen am Mainzer Schillerplatz.



ihk-event.de/handelsdialog

„Unser Herzblut in den Geschäften zeigen“

Im September startet wieder die deutschlandweite Kampagne „heimat shoppen“, die für lebendige Innenstädte und den Einkauf vor Ort wirbt. Zum zweiten Mal dabei ist Yvonne Göbel, Inhaberin der Boutique Vivi in der Wormser Hafergasse. Im Interview spricht sie über ihre Motivation, ihre Erwartungen – und darüber, warum es sich lohnt, vor Ort einzukaufen.

Foto: Boutique Vivi



Was hat Sie motiviert, bei „heimat shoppen“ mitzumachen?

Mir ist es wichtig, unsere Region zu stärken und den lokalen Handel zu fördern. Die Aktion ist eine tolle Gelegenheit, das Bewusstsein dafür zu schärfen, wie viel Herzblut, Service und Qualität in unseren Geschäften vor Ort steckt. Ich möchte zeigen, dass einkaufen in der Heimat nicht nur praktisch, sondern auch persönlich und nachhaltig ist.

Welche Aktion planen Sie – und worauf freuen Sie sich besonders?

Ende Juli startete bei uns der Sommerschlussverkauf – viele ausgewählte Teile sind dann 20 bis 50 Prozent reduziert. Ich freue mich darauf, meinen Kundinnen tolle Angebote zu machen und gleichzeitig Platz für die neuen Kollektionen zu schaffen.

Sie haben als eines von 16 ausgewählten Geschäften in Rheinland-Pfalz auch am Ladencheck teilgenommen, den die IHKs in ganz

LADENCHECK

Schaufenster, die sich von ihrer besten Seite zeigen, und Läden, die zum Stöbern einladen: Das ist Ziel des Projekts Ladencheck, das die IHK-Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz gemeinsam mit dem Wirtschaftsministerium Rheinland-Pfalz ins Leben gerufen hat. Dabei analysiert eine Marketingexpertin gemeinsam mit den Geschäftsinhaberinnen und -inhabern die Gestaltung von Schaufenstern, Warenpräsentation, Beleuchtung und Kundenansprache, um Sichtbarkeit, Aufenthaltsqualität und Kundenbindung gezielt zu steigern. Die Aktion lief im Juli, auch als Vorbereitung für „heimat shoppen“. Händlerinnen und Händler können bereits für 2026 ihr Interesse an einer Teilnahme anmelden:



www.ihk-rlp.de/themen/handel-und-innenstaedte



ZUKUNFT. FÖRDERN. WERTE SCHAFFEN.

UNTERNEHMENSNACHFOLGE

Zukunft gestalten – gemeinsam stark.

Informieren Sie sich noch heute unter:
isb.rlp.de/wirtschaft/gruenden-nachfolgen



Rheinland-Pfalz zusammen mit dem Wirtschaftsministerium anbieten. Was konnten Sie mitnehmen?

Auf jeden Fall frischen Wind und neue Impulse von außen. Oft ist man im Alltag etwas betriebsblind und übersieht Dinge, die mit einem neutralen Blick schnell auffallen – deshalb ist es wichtig, offen für Feedback und Veränderungen zu sein. Die Expertin hatte wertvolle Anregungen und einige Ideen, die mir helfen, mein Geschäft weiterzuentwickeln – ich werde einiges umsetzen.

DIE FRAGEN STELLTE STEFANIE SCHAAB,
IHK FÜR RHEINHESSEN

„HEIMAT SHOPPEN“

Alzey, Bingen (inklusive Büdesheim), Ingelheim, Mainz und Worms: Fünf Städte in Rheinhessen beteiligen sich an den bundesweiten Aktionstagen „heimat shoppen“ der Industrie- und Handelskammern. Ziel ist es, die Bedeutung lokaler Einzelhändler, Gastronomen und Dienstleister für lebendige Innenstädte ins Bewusstsein zu rücken. Dabei stehen unter anderem Gutscheine-Aktionen, Gewinnspiele und ein verkaufsoffener Sonntag auf dem Programm. Begleitend dazu boten die IHKs im Juli in allen teilnehmenden Städten professionelle Ladenchecks an, gefördert durch das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau.



ihk.de/rheinhessen/heimatshoppen

VIELFALT
in der Region

heimat
shoppen

IHK Rheinhausen

Heimat shoppen 2025 – die bundesweite Imagekampagne für lebendige Innenstädte

Alzey	5. - 13. September	Worms	11. - 20. September
Bingen	29. August - 2. September	Mainz	20. - 21. September
Büdesheim	29. August - 2. September	Ingelheim	13. - 28. September

ihk.de/rheinhessen/heimatshoppen

 **#heimatshoppen**

Sommerabend mit Jubiläum

Bei bestem Sommerwetter konnten VRM, IHK und Handwerkskammer Ende Juni gut 800 Gäste aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Medien beim 14. Sommerabend der Wirtschaft im Garten der VRM begrüßen. Dieser stand im Zeichen des 175-jährigen Jubiläums der Allgemeinen Zeitung, die 1850 als „Täglicher Straßen-Anzeiger“ gegründet wurde.

Fotos: Alexander Sell



Welche Bedeutung die Medien – und die Zeitung vor Ort – für die Demokratie haben, machte Ministerpräsident Alexander Schweitzer im Gespräch mit VRM-Chefredakteur Dennis Rink deutlich. Kurze Schlaglichter auf die Wirtschaft in der Region und die Chancen der Digitalisierung setzten VRM-Geschäftsführer Joachim Liebler, IHK-Präsident Dr. Marcus Walden, IHK-Hauptgeschäftsführerin Karina Szweide, Handwerkskammer-Präsident Hans-Jörg Friese und Handwerkskammer-Hauptgeschäftsführerin Anja Obermann im Talk mit Dennis Rink und Chefredakteurin Jule Lumma.

„Die Unternehmen warten nicht auf schönes Wetter – sie packen an“, machte der IHK-Präsident deutlich. „Aber wenn ständig jemand den Grilldeckel zumacht, wird's schwierig mit dem Fortschritt.“ Die Investitionspakete von Bund und Land seien zwar gute Signale – die Mittel müssten aber auch in der Wirtschaft ankommen. Und: „Sie müssen flankiert werden durch mehr Tempo bei Planungs- und Genehmigungsverfahren.“ Hier könne die Digitalisierung einen Schub geben, machte die IHK-Hauptgeschäftsführerin deutlich – doch beim Einsatz gebe es viel Luft nach oben.



„Mehr Orientierung in der digitalen Welt geben“

Digitalisierung, Künstliche Intelligenz, dynamische Märkte und eine sich immer schneller selbst überholende technologische Innovation – die Formulierung vom lebenslangen Lernen hat wohl selten so sehr gegriffen wie in unserer Gegenwart.





Es beginnt in den Schulen und endet auch nach den ersten Berufsabschlüssen und im Erwachsenenleben nicht. Wirtschaftliches Wissen und unternehmerisches Denken sollten dabei aus Sicht der Industrie- und Handelskammern bereits an den Schulen eine Rolle spielen. Genau an dieser Stelle setzt das Projekt startup@school der IHK für Rheinhessen mit Unterstützung des Pädagogischen Landesinstituts an, das inzwischen in ganz Rheinland-Pfalz angeboten wird: Schülerinnen und Schüler der Klassenstufen 7 bis 13 erarbeiten neben theoretischem Input selbst Inhalte zu Wirtschaftsthemen. Sie lernen so auch ganz praktisch die Möglichkeiten einer Ausbildung und die Idee von Selbstständigkeit als Karrierealternative kennen.

Dazu gehört auch der Besuch eines Partnerunternehmens. So freute sich Alice Born, Chief of Staff bei dem Mainzer Venture Studio Next Mobility Labs, über höchst interessierte Jugendliche aus der Startup-AG des Gymnasiums Oberstadt, die bestens vorbereitet bei dem Gründer-Geburtshelfer am Mainzer Zollhafen zu Besuch kamen. „Wir machen mit, um das Unternehmertum greifbar zu machen“, sagt Born. „Es ist wichtig, dass man Talente früh fördert, Vorurteile wegnimmt und kreative Köpfe weckt, nicht erst im Studium.“ Das Konzept greift offenbar: Zwei Stunden nach Ende der Veranstaltung habe eine Schülerin schon eine Praktikumsanfrage geschickt, berichtet Born, und am nächsten Morgen kam die nächste für ein freiwilliges Praktikum in den Sommerferien.

Neues KI-Modul für Schulen im neuen Schuljahr

Zusätzlich wächst der Fokus auf das Thema Digitalisierung. Daher entwickelt die IHK für Rheinhessen nun mit dem Gymnasium am Kurfürstlichen Schloss Mainz ein Pilotprojekt für ein KI-Modul bei startup@school. „Jugendliche sind eigentlich digital Natives, haben aber trotzdem weniger Kompetenzen, als für das Berufliche notwendig ist“, sagt Viktoria Braun, Referentin Bildungsprojekte und Fachkräftesicherung bei der IHK. In einem ersten Schritt werden die Jugendlichen durch ihre Lehrer zum aktuellen Stand der KI an ihrer Schule befragt. Daran sollen die Lerninhalte ausgerichtet werden. Auch hier sind Besuche von Partnerunternehmen geplant. Der Startschuss für das Projekt soll im neuen Schuljahr fallen.

In eine vergleichbare Richtung zielt das Projekt IT2School der IHK. Es soll Kinder und Jugendliche für die Informationstechnologie begeistern – schließlich sind Fachkräfte in den gewerblich-technischen Berufen besonders gefragt. Die Schülerinnen und Schüler kommen dabei in Berührung mit Themen wie Daten und Programmieren, Hard- und Software. Die Module werden an rheinhessische Klassen der Stufen sieben bis zehn angeboten. Entwickelt wurde das Projekt von der Wissensfabrik und der Universität Oldenburg.



An 8- bis 15-Jährige richtet sich die Sommeruni im Gutenberg Digital Hub in Mainz. Digitale Themen sind schließlich, wie Geschäftsführerin Antje Buchholz sagt, nicht erst im Berufsleben relevant. Und sie können in ihrer Fülle nicht einmal ansatzweise an den Schulen abgebildet werden. Im vergangenen Jahr lag der Fokus für die insgesamt 63 Teilnehmer auf dem Bereich Coding und Robotik. Nun ging es vorrangig um Medienkompetenz. „Wie kann ich meinen Algorithmus verändern, was unterscheidet einen Creator von einem Journalisten, wie erkenne ich Deepfakes, wie gehe ich mit Hass im Netz um?“, sind einige der Fragen, die nach einer Antwort verlangen. „Wir müssen den Kindern einfach mehr an die Hand geben, damit sie sich gut und sicher in der digitalen Plattform-Welt bewegen“, sagt Buchholz.

Dabei kam auch der kreative Aspekt nicht zu kurz, beim Produzieren von TikTok-Videos und Stop-Motion-Trickfilmen etwa. Schließlich soll, stets in Zusammenarbeit mit einer Medienpädagogin, in den Ferien so viel Spaß wie möglich vermittelt werden. „Die Idee kam aus dem Digital Hub“, erzählt Buchholz. „Der Sommer ist unternehmensseitig und im Gründungs-Ökosystem ruhiger, Kinder und Eltern können immer gute Betreuungsangebote gebrauchen. Und wir sollten unsere Kinder medienfit machen.“

IT-Module für Schüler und Azubis werden immer wichtiger

Auf die Vermittlung von IT-Kompetenzen hat sich auch das Mainzer Aus- und Weiterbildungsinstitut Com training and services spezialisiert. „Wir haben den Bereich Seminare für Auszubildende stark ausgebaut“, berichtet Gründer Marco Zimmermann, „vom Basiswissen bis hin zur Prüfungsvorbereitung.“ Es gelte, die schulische und betriebliche Ausbildung im IT-Bereich zu ergänzen. Ministerien und Behörden, Unternehmen und der Rundfunk würden Auszubildende für den technischen und kaufmännischen Bereich entsenden. Zimmermanns Befund: „Die Betriebe setzen wegen des Fachkräftemangels wieder auf eigene Azubis, haben aber Probleme, die Inhalte zu vermitteln. Da setzen wir an.“

„Bei der Berufsorientierung besteht ein großer Unterschied an den Schulen“, sagt Monika Schmitt-Herrmann, Referentin Ausbildungsmarketing bei Boehringer Ingelheim. An IGS und Realschule Plus passiere viel, am Gymnasium stehe häufig noch die Vorbereitung aufs Studium im Vordergrund, wenngleich die Berufsorientierung ebenfalls auf dem Vormarsch sei. Das Pharma-Unternehmen bringt sich selbst ein, mit Berufsorientierungswochen oder auch der Veranstaltungsreihe „Zukunft gestalten“, mit insgesamt 13 Durchläufen in diesem und dem vorigen Jahr. Dabei nehmen jedes Mal rund 60 Schüler an 90-minütigen Workshops teil, zu verschiedenen Berufsfeldern und mit dem Fokus auf Praxiserfahrung.

„Wir als Unternehmen bewerben uns bei den Schülern“ Boehringer ist Teil des Netzwerks Schulewirtschaft, das Lehrern authentische Informationen aus der Wirtschaft vermittelt. „Wir gehen auch gern mit unseren Azubis an Schulen und bieten Bewerbertrainings an“, berichtet Schmitt-Herrmann. Praktika sieht sie ebenfalls als wichtiges Instrument, um Jugendliche und junge Erwachsene mit der dualen Ausbildung, der freien Wirtschaft – und idealerweise natürlich dem eigenen Unternehmen – in Kontakt zu

„Wir als Unternehmen bewerben uns bei den Schülern“

Boehringer ist Teil des Netzwerks Schulewirtschaft, das Lehrern authentische Informationen aus der Wirtschaft vermittelt. „Wir gehen auch gern mit unseren Azubis an Schulen und bieten Bewerbertrainings an“, berichtet Schmitt-Herrmann. Praktika sieht sie ebenfalls als wichtiges Instrument, um Jugendliche und junge Erwachsene mit der dualen Ausbildung, der freien Wirtschaft – und idealerweise natürlich dem eigenen Unternehmen – in Kontakt zu

PREIS: AZUBI-STAR 2025

Auch in diesem Jahr sucht die Initiative „Ausbildung bringt's“ wieder junge Menschen, die mit Freude und Einsatz bei der Ausbildung sind, und sich auch darüber hinaus besonders engagieren. Noch bis 3. September können sich Azubis bewerben oder durch Verantwortliche aus ihrem Betrieb nominiert werden. Die Preisverleihung beginnt am 24. September um 17:30 Uhr in Mainz.



ihk.de/rheinessen/azubi-star



bringen. Dabei wäre es, findet Schmitt-Herrmann, durchaus hilfreich, wenn sich die Schulpraktika in Rheinland-Pfalz nicht so häufig zeitlich überschneiden würden.

„Man muss viel Arbeit reinstecken, um mit Eltern, Lehrern und Schülern in Kontakt zu kommen“, sagt sie. „Die Vielzahl der Möglichkeiten erschlägt die Jugendlichen, wenn sie keine Unterstützung bekommen, durch Berufsorientierungslehrer oder die Unternehmen. Aber da tut sich viel.“ Die Prognose der Ausbildungsexpertin: „Gerade im Mint-Bereich wird sich der Lehrplan verändern. Das Thema IT wird deutlich wichtiger. Die Unternehmen müssen bereit sein, zu unterstützen. Mittlerweile bewerben wir als Unternehmen uns ja bei den Schülern und nicht umgekehrt. Da muss man attraktiv und sichtbar sein.“

Weiterbildung wird immer wichtiger

Das Spektrum dessen, was die IHK anbietet, um die Aus- und Weiterbildung zu stärken und so dem Fachkräftemangel in Zeiten

der Digitalisierung entgegenzuwirken, reicht von der Berufsorientierung bis zur Weiterbildung. Letztere rückt, je schneller sich die Arbeitswelt wandelt, immer stärker in den Vordergrund, wie Lisa Haus, betont, die als stellvertretende Hauptgeschäftsführerin für den Bereich Bildung verantwortlich ist. „Dabei sollten wir stärker in Prozessen denken und den Nutzen von KI sehen, nicht als Ersatz für Fachkräfte, sondern als Tool in sich verändernden Aufgabenfeldern. Unsere große Aufgabe als IHK ist es, dabei immer nah an den Unternehmen zu sein und mit Aus- und Weiterbildungsformaten agil auf die Bedarfe der Wirtschaft in der Region zu reagieren.“

An dieser Stelle greift das Format Ausbilder-Spirit, das sich an Ausbilder und Personalverantwortliche in den Unternehmen richtet, zum Zwecke der Weiterbildung und Vernetzung untereinander. Michael Essig, Teamleiter Höhere Berufsbildung bei der IHK Rheinhessen, spricht von einer Austauschplattform, die vor zwei Jahren in Mainz implementiert und ebenfalls an den IHK-Standorten Bingen und Worms angesiedelt worden ist. Digital oder in Präsenz werden juristische und bürokratische Fragen, aber auch übergeordnete inhaltliche Themen wie die psychische Gesundheit der Lehrlinge, die Digitalisierung oder Anforderungen der Generation Z aufgegriffen. Startups stellen Lösungen gegen den Fachkräftemangel vor. Mit einer Reihe weiterer Formate unterstützt die IHK für Rheinhessen die Unternehmen beim Thema Aus- und Weiterbildung. Und das natürlich immer digitaler. „Das Thema KI ist wirklich disruptiv“, sagt Lisa Haus. „Die Innovationszyklen sind immer schneller, in den Unternehmen wird mit Software und Hardware aufgerüstet.“ Da gelte es, zu schulen und zu qualifizieren, in der stetig wachsenden Zahl der Bereiche, wo digitale Anwendungen zum Einsatz kommen.

WORKSHOP: „RECRUITING TOMORROW“

Startups und den Mittelstand in den Austausch zu Recruiting-Lösungen bringen – darum geht es beim Workshop „Recruiting Tomorrow“ am 4. September. Zwischen 9:30 und 14 Uhr präsentieren sich im Gutenberg Digital Hub in Mainz Startups mit Impulsen für Recruiting-Lösungen und Ideen, dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken. Denn, so die Ankündigung des Kooperationsprojekts der IHK mit der Wirtschaftsförderung der Stadt Mainz: „Fachkräfte zu finden war noch nie so herausfordernd – und so spannend.“



sweapevent.com/recruitingtomorrow



IHK Akademie Koblenz
Ausgezeichnet weiterkommen.

Weiterbildungen im HR:
Praxisnah und zielgerichtet.

Wir begleiten dich vom Einstieg
bis zur strategischen Führung!

Jetzt direkt
anmelden!



**DEIN TALENT.
DEINE KARRIERE.
DEIN ERFOLG IM PERSONAL!**

„Das sind massive Einschnitte in der Unternehmenswelt. Wer nicht mitzieht, wird abgehängt.“ Ein Format, das dieser Entwicklung gerecht werden will, ist „Recruiting Tomorrow“.

Viel ist möglich auf Basis einer Ausbildung – der Weg ist voller Aufstiegschancen. Ein Beispiel ist Mira Stelter. Die 26-Jährige machte 2018 an der IGS Stromberg ihr Abitur und begann direkt danach die Ausbildung zur Verkaufsfachfrau beim Mainzer Online-Weinhandel Vicampo. Nach drei Jahren wurde sie im Personalbereich übernommen. „Ich wollte mich weiterbilden, aber kein normales Studium, weil ich es einfach mag, praktisch zu arbeiten“, sagt Stelter. Über einen Freund erfuhr sie von der Möglichkeit zur Fortbildung zur geprüften Wirtschaftsfachwirtin, neben einer Vollzeit-Tätigkeit, die dasselbe Niveau wie ein Bachelor-Studium ermöglicht.

Die duale Ausbildung lässt viele Türen offen

18 Monate lang studierte die Wahl-Mainzerin an der Hochschule Hamburg remote, der maximalen Flexibilität wegen, und meldete sich zu den Prüfungen bei der IHK für Rheinhausen an. Ihre Vorlesungen hörte sie live oder nachträglich, meist am Wochenende. „Nach meiner Ausbildung hatte mir die tiefere Weiterbildung im wirtschaftlichen Bereich gefehlt“, sagt sie. „Nun habe ich auch mehr Karriere- und Aufstiegschancen.“ Der nächste berufliche Schritt

führte sie jüngst in den Personalbereich des Mainzer IT-Unternehmens Evoila. Und zwar mitsamt dem Ausbilderschein in der Tasche. Denn: „Ich möchte selbst junge Talente fördern und kann nun alle kaufmännischen Berufe ausbilden.“

Den nächsten Abschluss zur Betriebswirtin, wiederum nebenberuflich und dann auf dem Niveau eines akademischen Masters, hat Stelter schon konkret vor Augen. Aber erst mal soll mehr Arbeitspraxis folgen. „Es war eine sehr große Herausforderung, weil man sich selbst organisieren und sich viel erarbeiten muss“, sagt Stelter, „und das neben einem 40-Stunden-Job. Man muss akzeptieren, Freizeit dafür herzugeben. Aber sowohl mit der IHK als auch meinem Bildungsträger war ich sehr zufrieden und wurde super betreut. Das ist alles machbar, wenn man Disziplin und Ehrgeiz mitbringt.“ Und es ist alles auf Basis der dualen Ausbildung möglich. Mit selbst verdientem Geld, weil die Fachkräfte währenddessen ihren Unternehmen erhalten bleiben.

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST

Die IHK-Angebote und -Projekte zur Berufsorientierung finden sich unter



ihk.de/rheinhausen/berufsorientierung

WEBINAR: INNOVATIVE LEHR- UND LERNMETHODEN

„Ausbildung neu denken: Mit innovativen Lehr- und Lernmethoden Azubis begeistern und Kompetenzen stärken“: Unter diesem Titel steht das Webinar in der Reihe „Ausbilder-Spirit“ am 13. November von 10 bis 11 Uhr. Ausbilderinnen und Ausbilder erfahren bei dem kostenfreien IHK-Angebot, wie digitale Lernformate, praxisnahe Projekte und neue Didaktik-Trends die Motivation ihrer Auszubildenden steigern und den Lernerfolg nachhaltig verbessern.



ihk.de/rheinhausen/ausbilder-spirit

Ihr Gateway für perfekt ausgebildete IT-Azubis

Wir programmieren Ihre Talente zukunftsicher auf Erfolg

Ihre Vorteile bei Hessens größtem Ausbildungsdienstleister

- ✓ IT-Know-how auf neuestem Stand
- ✓ Individuelle Betreuung der Auszubildenden
- ✓ Weniger Aufwand für Ihre interne Ausbildung
- ✓ Absicherung Ihrer IT-Kapazitäten
- ✓ Flexible Buchung von Seminaren & Kursen

www.provadis.de/itausbildung



Foto: FOM

Kein Studium ohne Praxis

Berufstätige und Abiturienten akademisch qualifizieren: Das ist das Ziel der gemeinnützigen FOM Hochschule. Das Kürzel steht für Hochschule für Oekonomie und Management, die seit 2020 auch in Mainz angesiedelt ist. Deutschlandweit sind an mehr als 30 Standorten knapp 50.000 Studenten eingeschrieben.

Sechs wirtschaftlich orientierte Fachbereiche gibt es, in Mainz sind Management, Psychologie und Recht die Schwerpunkte. „Wir planen einen Ausbau im Bereich Gesundheit und Soziales“, sagt Geschäftsleiterin und Studienleiterin Prof. Eva Schwinghammer. Zwischen 150 und 200 Studierende arbeiten in Mainz in Präsenz an ihren Abschlüssen, rund 300 sind es, wenn man diejenigen mitzählt, die digital hier studieren. Dual und in Vollzeit, Bachelor und Master sind möglich. Vor allem Abiturienten und Berufstätige sind die Zielgruppe der FOM. „Man studiert bei uns entweder dual mit Praktikum oder berufsbegleitend“, sagt Schwinghammer. „Es kann eine Teilzeit-Tätigkeit sein, aber die Grundvoraussetzung ist immer Theorie und Praxis.“

Durch einige Dutzend Partnerschaften mit regional ansässigen Unternehmen, Agenturen, Banken oder Kanzleien kann die Fachhochschule Kontakte zwischen Bewerbern

und Wirtschaft herstellen. Insgesamt gebe es mehr als 10.000 Kooperationen mit Unternehmen und Verbänden. 2.000 Dozenten unterrichten Studenten aus über 100 Ländern. „Wichtig ist: Wir sind zu 100 Prozent gemeinnützig“, stellt Schwinghammer klar. „Wir haben durch die Stiftung, die uns trägt, einen klaren Bildungsauftrag und arbeiten nicht gewinnorientiert.“ In Mainz gibt es Seminarräumlichkeiten in der Holzhofstraße und eine Raumpartnerschaft mit der Johannes-Gutenberg-Universität. „Man kann bei uns also auch echtes Campus-Feeeling erleben, und die Absolventenfeier in der JGU-Aula ist immer ein Highlight“, sagt Schwinghammer.

Neu ist das „Dual Match“-Konzept, bei dem Studieninteressierte und Betriebe zusammengebracht werden sollen. Grundlage ist ein formeller Kooperationsvertrag mit dem jeweiligen Unternehmen. Auf der virtuellen Plattform tragen sich die Bewerber ein,

die Firmen suchen nach passenden Kandidaten. „Das wird rege angenommen“, sagt Schwinghammer. Die zentral gesteuerte Plattform ist deutschlandweit ausgerichtet. „Unternehmen und Bewerber finden sich oft nicht, das haben wir oft händisch zusammengebracht“, sagt die Geschäftsführerin. Dieses aufwendige Procedere soll ein Ende haben.

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST

FOM

Unternehmen, die an der „Dual Match“-Plattform der FOM interessiert sind, können sich direkt an die Studienleiterin wenden, via eva.schwinghammer@fom.de, oder den Weg über die Website www.fom.de wählen. Diese ist auch für Studieninteressenten nützlich, denn zum Semesterstart am 1. September sind noch Plätze frei.

Berufsorientierungspraktikum: Chance für Betriebe

Jugendliche entdecken Berufe – Unternehmen lernen Nachwuchs kennen

Seit dem 1. April 2024 gibt es mit dem Berufsorientierungspraktikum (BOP) ein neues Förderinstrument, das Jugendlichen praktische Einblicke in Berufe ermöglicht – und Unternehmen die Chance bietet, frühzeitig mit potenziellen Auszubildenden in Kontakt zu kommen. Das BOP richtet sich an junge Menschen, die sich nach dem Schulabschluss noch nicht für einen konkreten Beruf entschieden haben. Sie erhalten die Möglichkeit, in einem Betrieb praktische Erfahrungen zu sammeln, den Berufsalltag kennenzulernen und so ihre Berufswahl fundiert zu treffen. Für Unternehmen ergibt sich daraus die Chance, motivierte Jugendliche im Arbeitsalltag zu erleben, deren Stärken zu erkennen und frühzeitig Interesse für eine Ausbildung im eigenen Haus zu wecken.



Der Arbeitgeber-Service der Agentur für Arbeit Mainz

Was wir für Sie tun:

- Ausbildungsstellen können Sie selbst über Ihren Arbeitgeber-Account online melden oder direkt beim Arbeitgeber-Service einreichen.
- Praktikumsbetriebe werden bei der Stellenaufnahme entsprechend gekennzeichnet.
- Unsere Berufsberater*innen und die Jugendberufsagentur (JBA) bewerben Ihre Ausbildungsangebote aktiv bei Jugendlichen.

Weitere Informationen finden Sie unter www.arbeitsagentur.de/vor-ort/mainz/wirsindfuersieda.

Staatlich gefördert – auch bei überregionalen Praktika

Vor Beginn des Praktikums können die Jugendlichen eine Förderung beantragen. Die Agentur für Arbeit übernimmt dabei die Fahrtkosten zum Praktikumsbetrieb sowie die Kosten für eine notwendige Unterkunft – auch bei überregionalen Einsätzen. Das BOP ist Teil der staatlichen Ausbildungsgarantie. Diese umfasst laut Bundesarbeitsministerium (BMAS) neben finanziellen Hilfen auch vielfältige Beratungs- und Unterstützungsangebote, die bereits bei der Berufsorientierung ansetzen.

Flexibel gestaltbar und praxisnah

Das Praktikum dauert mindestens eine und maximal sechs Wochen. Starttermine sind flexibel und individuell vereinbar. Die inhaltliche und zeitliche Gestaltung erfolgt individuell zwischen Betrieb und Praktikant bzw. Praktikantin. Wichtig ist, dass die Jugendlichen während des gesamten Zeitraums fachlich betreut werden.

Die Förderung wird direkt von den Jugendlichen bei der Agentur für Arbeit bean-

tragt – nicht vom Unternehmen. Betriebe sind dadurch organisatorisch entlastet. Es besteht keine Pflicht zur Vergütung, aber Unternehmen können ein freiwilliges Praktikumsentgelt zahlen – unabhängig vom gesetzlichen Mindestlohn. Die Jugendlichen sind während des Praktikums über den zuständigen Unfallversicherungsträger des Betriebs abgesichert.

Das BOP bietet eine gute Möglichkeit, Ausbildungsberufe in der Praxis zu vermitteln – besonders bei Berufsbildern, die erklärungsbedürftig oder praxisintensiv sind. Unternehmen können so gezielt Talente ansprechen, die durch praktische Erfahrung überzeugt werden können.

Sie möchten mehr erfahren?

Wenn Sie sich direkt an den Arbeitgeber-Service der Agentur für Arbeit Mainz – wir beraten Sie gern! Tel. 0800 4 555520 (gebührenfrei)!



Bundesagentur für Arbeit
Agentur für Arbeit Mainz

Weiter, immer weiter

Daniel Reuter ist neuer Abteilungsleiter Weiterbildung bei der IHK – und erläutert, warum diese immer wichtiger wird.

Foto: Anne-Kathrin Brunier



Welche Ziele haben Sie sich als Abteilungsleiter Weiterbildung gesetzt?

Ich möchte das Thema Weiterbildung in unserer Region noch präsenter gestalten, unser Angebot sichtbarer machen, im Marketing aktiver werden. Bei denjenigen, die unser Angebot kennen, erfahren wir eine hohe Wertschätzung. Doch es gibt auch IHK-Mitglieder, die unser Angebot nicht kennen. Es ist mein Ziel, auch sie zu erreichen und die Möglichkeiten für Unternehmen weiter auszubauen, auch aufbauend auf ihren Rückmeldungen. Zudem gilt es, die digitale Transformation voranzutreiben.

Welche Chancen bietet denn eine Weiterbildung?

Für den Einzelnen sind es zum einen die beruflichen Perspektiven: von der fachlichen Vertiefung bis zum Aufstieg in eine neue Position. Man kann seine eigene Attraktivität am Arbeitsmarkt und im Unternehmen steigern. Zum anderen bietet eine Weiterbildung auch die Chance, sich persönlich weiterzuentwickeln, denn oft werden auch Soft Skills geschult: Auftreten, Selbstmanagement, Kommunikationsfähigkeit. Für Unternehmen bietet sich die Chance, Fachkräfte zu halten und weiterzuentwickeln.

Wie beurteilen Sie die Angebotsstruktur?

Es gibt ein breites Angebot. Darunter haben die IHK-zertifizierten Weiterbildungen weiterhin einen hohen Stellenwert bei Unternehmen und Fachkräften. Deshalb ist es wichtig, dass wir mit den anderen Anbietern zusammen auch weitere Angebote schaffen.

Was kann man tun, um die Nachfrage anzukurbeln und mit dem bestehenden Angebot zusammenzubringen?

Sichtbarkeit ist wichtig. Da müssen wir unterschiedliche Wege gehen, über unseren Newsletter, digitale Medien oder Veranstaltungen, die auch gestreamt werden. Wir sind dabei, unsere Distributionswege auszubauen. Dabei geht es auch um die Formate. Man könnte denken, der Trend Richtung Online und On Demand sei das

Nonplusultra. Doch für die Teilnehmer sind das gemeinsame Lernen und der gemeinsame Austausch ein Mehrwert. Beim Netzwerken bei Veranstaltungen nehmen sie viel mit. Hier gilt es, passend nach Fachthemen die Formate auszuwählen. Dabei dürfen die Präsenz-Angebote nicht abgeschriebe und hybride Formate nicht außer Acht gelassen werden.

Seit April ist Daniel Reuter Abteilungsleiter Weiterbildung bei der IHK für Rheinhessen. Er folgt auf Viktor Piel, der nach vielen Jahren in dieser Position in den Vorstand des Caritasverbands Mainz gewechselt ist. Der 33-jährige Ostwestfale beschreibt sich als „Eigengewächs“, denn nach dem Studium der Wirtschaftswissenschaften in Gießen zog es ihn als Ausbildungsberater zur IHK für Rheinhessen, wo er seit fünf Jahren im Bereich Berufsausbildung aktiv ist.

GEG
Gebäudedienste

**Ausbildungsplätze
Gebäudereiniger:innen!**

0 67 34 / 91 57 -0
www.geg-gruppe.de

Das Ticket zum Traumberuf

8.000 Besucher, 140 Aussteller, 350 Ausbildungsberufe – das sind die Zahlen hinter der 15. BIM Rheinhausen Ende August in der Mainzer Rheingoldhalle. Die Berufsinformationsmesse – dafür steht das Kürzel – wird von der IHK und der Handwerkskammer Rheinhausen gemeinsam mit Mainzplus Citymarketing veranstaltet.

Die Nachfrage seitens der Aussteller ist groß. Bei der BIM können sich die Unternehmen in kurzer Zeit einer großen Zahl potenzieller Bewerber präsentieren. Für die Jugendlichen, jungen Erwachsenen und ihre Eltern ist die Messe eine wertvolle Informations- und Kontaktquelle, gebündelt an einem Ort, mit individuellen Informationen aus erster Hand.

„Die BIM Rheinhausen ist die größte Messe für Ausbildung, Weiterbildung und (duales) Studium der Region“, sagt Viktoria Braun, Referentin Bildungsprojekte und Fachkräftesicherung bei der IHK für Rheinhausen,

die die Messe seit vielen Jahren gemeinsam mit Georg Berwanger, Referent für gewerblich-technische Ausbildung, organisiert. Ein interaktiver Messeplan ermöglicht es, die Aussteller nach verschiedenen Kriterien und neun Berufsfeldern zu filtern. Mehr als 140 Aussteller sind vertreten. Alle rheinhessischen Schulen wurden vorab über das Bildungsministerium informiert und unterstützt in Zusammenarbeit mit den Veranstaltern die Schulen bei der Vorbereitung. Neu ist ein Bühnenprogramm mit Themen wie Berufseinstieg, unterschiedlichen Berufe, Karriere-Stories sowie einer Tombola.

„Eine interaktive Gestaltung, die mir Einblicke in meinen späteren Berufsweg geben kann. Freundliche Gesichter am Stand, die die Vielseitigkeit des Berufsfeldes mit Begeisterung verkaufen.“

Selin Sena

Eine Besonderheit der BIM sind die Aktionsbereiche: Gastro-Basar, Lebende Werkstätten und Technik-Meile vermitteln praktische Einblick und laden zum Mitmachen und Ausprobieren ein. Informationen zum



ENTDECKE DEINEN TRAUMBERUF!

AUSBILDUNG | WEITERBILDUNG | STUDIUM

BerufsInfoMesse

29. + 30. August 2025

Freitag 8-15 Uhr | Samstag 9-14 Uhr

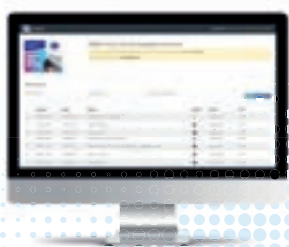
RHEINGOLDHALLE MAINZ

BerufsInfoOnline

Über 30 informative Webinare zu Berufen, Studium und Karrierewegen:

25. - 27. August 2025

- Tipps für Bewerbung und Berufseinstieg
- Optimale Vorbereitung für den Messebesuch
- Je nach Interesse mehrere Webinare buchbar



Infos und Webinaranmeldung:

WWW.BIM-RHEINHESSEN.DE

IHKRHEINHESSEN
 MACHDEINHANDWERK

KOMM ZUR
GRÖSSTEN AUSBILDUNGS-
UND STUDIENMESSE DER
REGION!



**Die Messe und die Webinare
sind kostenfrei**

Thema Inklusion sowie Informationsangebote für Menschen mit Beeinträchtigung bietet die Initiative „Inklusion gelingt“. Im Schul- und Hochschulpark werden Studiengänge, Fachschullaufbahnen und Weiterbildungsmöglichkeiten präsentiert. In der „Könnenlernen-Lounge“ gibt es einen Check von Bewerbungsunterlagen und eine Last-Minute-Lehrstellenbörse. Und bei „IT2School“ kann die Technik hinter all den bekannten Anwendungen aus IT und KI kennen gelernt werden.

Was kommt an bei den Jugendlichen?

Das Gymnasium Mainz-Oberstadt geht wie jedes Jahr mit seiner kompletten zehnten

„Mir ist wichtig, dass ich von Leuten vor Ort Informationen über zukünftige und potenzielle Berufe erhalte.“

Vincent Eberle

Jahrgangsstufe zur BIM. Die Teilnahme ist verpflichtend und dient vor allem der Vorbereitung des Betriebspraktikums, wie Berufswahlkoordinator Carsten Hussong berichtet. Auch die Eltern werden ermuntert, mitzukommen, „da sie aus unserer Sicht eine wertvolle Unterstützung beim Berufswahlprozess sind“, sagt Hussong. Das Thema Ausbildung oder Studium ist für die Zehntklässler mit dem Ziel Allgemeine Hochschulreife erst mal noch weit

weg. „Daher finden wir es klasse, dass sie auf niedrigschwelliger Ebene Informationen bekommen und Kontakt mit Unternehmen, Hochschulen, Universitäten und Institutionen knüpfen können“, macht Hussong deutlich. Der Besuch wird im Vorfeld thematisiert, und die Messe wird mit einem Info-schreiben – auch für die Eltern – vorgestellt, mit Tipps zur Vorbereitung.

„Aus unserer Sicht schauen die Kinder besonders darauf, ob es am Messestand ein praktisches oder interaktives Angebot gibt“, sagt Hussong. Auszubildende oder Studenten aus dem jeweiligen Fachbereich ziehen ebenfalls das Interesse der Schüler auf sich. „Weiterhin sind ihnen konkrete und eher kürzere Gespräche lieb.“

Auch die Rheingrafen-Realschule Plus aus Wörrstadt zählt zu den regelmäßigen Besuchern der Berufsinfomesse. Bei den Schülern kommen optisch ansprechend gestaltete Stände gut an, junges, kompetentes Personal und „Attention Catcher“ wie etwa frisch aufgebackene Brezeln oder Spiele, berichtet Heiko Kurz, Fachlehrer BWL an der Fachoberschule. „Die Schüler wollen das Gefühl haben, dass der Mensch am Stand sich zumindest ansatzweise in ihre Lebenswelt hineinversetzen kann.“ Wichtig sei zudem, dass mindestens ein Experte in Bezug auf die Ausbildung am Stand ist. Unmotiviert am Stand stehende Mitarbeiter wirken abschreckend.

Den Schulen geht im Vorfeld eine Liste mit den teilnehmenden Unternehmen zu.

„Ich erwarte interessante Einblicke in viele Berufsfelder, eine gute Beratung und einen interaktiven Stand.“

Levin Braun

Die älteren Jahrgänge informieren sich dann selbstständig, den jüngeren werden die Betriebe von ihren Lehrern vorgestellt. Drei bis fünf Stände ihrer Wahl müssen die Schüler besuchen und sich zu den Ausbildungsmöglichkeiten informieren. Im Nachgang werden Messebesuche im Unterricht nachbesprochen. Ein Ergebnis: Der fachliche Teil des Gesprächs am Stand ist laut Schülerrückmeldungen der wichtigere Teil beim Besuch einer Messe.

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST

BIM RHEINHESSEN

BIM Rheinhessen in Mainz am 29. und 30. August 2025, Freitag 8 bis 15 Uhr und Samstag 9 bis 14 Uhr, Rheingoldhalle Mainz

Vorbereitung: BerufsInfoOnline von 25. bis 27. August, mit mehr als 30 kostenfreien Webinaren zu Berufen und Berufsfeldern, Weiterbildungsmöglichkeiten und (dualen) Studiengängen, Bewerbungen oder Selbstständigkeit.

- BIM Ingelheim am 21. Februar 2026
- BIM Worms am 8. und 9. Mai 2026



bim-rheinhessen.de

Tipps für den Messestand

Die Unternehmen HDP aus Alzey und Treffert aus Bingen stellen regelmäßig bei der Berufsinfomesse BIM aus. Treffert-Ausbilderin Katrin Wehner und HDP-Sprecherin Marion Mann berichten, worauf es ihrer Erfahrung nach dabei ankommt.

Frau Wehner, Frau Treffert, worauf achten die Schüler bei der Messe besonders?

Wehner: Sie achten vor allem auf die angebotenen Praktikumsplätze und Berufsmöglichkeiten. Sie sind sehr daran interessiert, mehr über die konkreten Tätigkeiten, Anforderungen und Entwicklungschancen zu erfahren – und ihnen sind auch die Unternehmenskultur und Einstiegsmöglichkeiten wichtig.

Mann: Die Schüler fragen meist nach den nötigen Vorkenntnissen, zum Beispiel, ob man schon programmieren können muss oder welchen Schulabschluss man braucht. Neben Infos zu Ausbildung, Studium und Praktikum interessieren sich auch viele für den Ablauf eines typischen Arbeitstags.

Was weckt ihr Interesse, was sind No-Gos?

Mann: Wenn unsere aktuellen Azubis und Studies von ihren Erlebnissen aus erster

Hand erzählen, finden sie schnell viele Zuhörende. Generell gibt es ein großes Interesse am dualen Studium und an unseren Benefits. **Wehner:** Vor allem Gewinnspiele und Giveaways sind interessant. Auch interaktive und spannende Aufgaben machen den Stand attraktiv. Als No-Gos empfinden sie es, wenn die Standbetreiber unfreundlich oder desinteressiert wirken. Auch zu aufdringliches sowie unpersönliches Verhalten wird eher negativ wahrgenommen.

Wie gut vorbereitet kommen die Schüler zur BIM?

Wehner: Zwar haben viele ein grundlegendes Interesse, es fehlt ihnen aber manchmal an spezifischem Wissen über die Unternehmen oder die angebotenen Berufe.

Mann: Unserer Erfahrung nach haben sich die meisten nicht wirklich vorbereitet, was aber auch in Ordnung ist. Oft geht es dann um Basics, zum Beispiel welche Ausbildungen im Bereich IT es gibt und welche wir anbieten. Manche haben aber auch schon

einen groben oder sogar einen konkreten Plan und können dann am Stand die Gelegenheit nutzen, Details nachzufragen.

Wie wichtig ist die Teilnahme an der BIM für Ihr Unternehmen?

Mann: Wir haben seit Jahren einen Stand auf den Berufsinfomessen in der Region. Das ist für uns sehr wichtig, um als Arbeitgeber sichtbar zu sein. Wir gewinnen oft Praktikanten über die Messen, die Anfragen für eine Ausbildungsstelle kommen erst zu

einem späteren Zeitpunkt im Rekrutierungsprozess.

Wehner: Die Teilnahme war für unser Unternehmen sehr effektiv. Wir konnten zahlreiche Schulpraktikanten gewinnen, die wir teilweise später in ein duales Studium übernommen haben. Die Messe bietet eine gute Gelegenheit, direkt mit jungen Menschen in Kontakt zu treten und sie für unser Unternehmen zu begeistern – und wir steigern den Bekanntheitsgrad unseres Unternehmens und positionieren uns als attraktiver Arbeitgeber.



Fotos: Uwe Feuerbach

Berufsinfomesse Worms im Mai

Rückblick: BIM Worms 2025

Jugendliche treffen auf engagierte Ausbildungsbetriebe: Bei der Berufsinformationsmesse BIM Worms im Mai nutzten zahlreiche Jugendliche und Eltern die Gelegenheit, sich über Ausbildungs- und Studienwege zu informieren – praxisnah, direkt und im persönlichen Austausch.

Mehr als 80 Unternehmen, Institutionen und öffentliche Einrichtungen aus Industrie, Handwerk und Dienstleistung präsentierten ihre Ausbildungsangebote. Die Messe wurde von der IHK für Rheinhesen, der Handwerkskammer Rheinhessen, der Kreishandwerkerschaft Alzey-Worms und der Jugendberufsagentur Worms organisiert. Neben zahlreichen Mitmachaktionen und einer Last-Minute-Börse für offene Ausbildungsstellen wurde auch ein Elterncafé im Außen Gelände angeboten. „Die BIM ist ein wichtiger Baustein für die Nachwuchssicherung unserer Unternehmen“, betont IHK-Vizepräsident Michael Kundel. „Die starke Beteiligung und die Qualität der Gespräche zeigen, wie wichtig der direkte Kontakt zwischen Betrieben und Jugendlichen ist.“



Mit Meister zum Master

Immer mehr Fach- und Führungskräfte, Selbstständige und Freiberufler wollen beruflich anspruchsvollere Aufgaben übernehmen – die Nachfrage am Executive-MBA-Studiengang an der Johannes-Gutenberg-Universität steigt.



Dr. Stefanie Klossok, Gutenberg School of Business Mainz

„Sie lernen Management, sie lernen Chef zu sein“, sagt Dr. Stefanie Klossok. Die Geschäftsführerin der Gutenberg School of Business (GSB) an der Johannes-Gutenberg-Universität freut sich über steigende Nachfrage am Executive-MBA-Studiengang. Dieser richtet sich an Fach- und Führungskräfte in Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen sowie an Selbstständige und Freiberufler.

So ergibt sich eine bunt gemischte Gruppe an Studierenden mit breitem Altersspektrum. „Das sind alles Leute mit viel Berufserfahrung“, sagt Klossok, „aber auch mit ganz unterschiedlichen Ausbildungs- und fachlichen Hintergründen.“ Zu promovierten Naturwissenschaftlern aus der Pharma-Branche gesellen sich immer mehr Techniker und Meister, die in ihrem Unternehmen ohne formalen Abschluss nicht mehr weiterkommen.

Der Altersschnitt liegt zwischen 35 und 40 Jahren. Zuletzt wurde ein 26-Jähriger aufgenommen, der vielleicht im Seminar bald neben einem Produktionsleiter Mitte 50 sitzen wird. Wobei es sich um einen Online-Studiengang mit drei einwöchigen Präsenzphasen handelt. Die digitalen Lehrveranstaltungen finden kompakt im Wintersemester freitags und samstags ganztägig statt. Aktuelle Bewerbungsfrist ist der 20. August.

Die abgeschlossene Berufsausbildung sowie mindestens sieben Jahre Berufserfahrung sind Voraussetzungen für die Bewerbung um den universitären Mastergrad, der die Absolventen befähigen soll, anspruchsvolle Führungsaufgaben in Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen zu übernehmen. Bewerber ohne ersten Hochschulabschluss können eine Eignungsprüfung ablegen. Der Studiengang bietet insbesondere Teilnehmern mit einer Ausbildung die Möglichkeit, sich auch formal für weitergehende Führungsaufgaben zu qualifizieren.

Im Fokus des Studiengangs stehen neue Technologien und deren Einsatz für ein zukunftsweisendes, nachhaltiges Management. Darüber hinaus geht es, wie Klossok ausführt, um die persönliche Weiterentwicklung zu Führungspersönlichkeiten, die in der Lage sind, Führungsverantwortung internationalen Zuschnitts verantwortungsvoll und erfolgreich zu übernehmen. Es geht um alle Kernbereiche des Managements, Unternehmen verstehen zu lernen, um zielführende Kommunikation, persönliche Weiterentwicklung, das Auftreten, „dass Sie als Führungskraft ernst genommen werden“.

„Mit Meister zum Master!“ ist der Flyer überschrieben, auf dem die Gutenberg School of Business für den Studiengang wird, inklusive einem Bild des Namensgebers der Universität, gestaltet als QR-Code. Die Aussage dahinter: Mit dem Erfinder des revolutionären Buchdrucks gehen wir ins digitale Zeitalter und erwerben die Kompetenzen, die notwendig sind, um zukunftsorientiert führen zu können. Zugleich kommt man auch mit Handwerkskunst, also mit beruflicher Praxis, zum Master.

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST

AZUBIS GESUCHT!

JETZT BEWERBEN



Der führende Fleisch- & Wurstwarenhersteller in Rheinland-Pfalz, mit 7 Werksverkaufsfilialen & über 1.200 Mitarbeiter*innen sucht:

AUSZUBILDENDE (M/W/D)

- **Fleischer** (m/w/d)
- **Elektroniker** (m/w/d)
- **Metallbauer** (m/w/d)
- **Fachverkäufer im Lebensmittelhandwerk** (m/w/d)
- **Fachinformatiker für Systemintegration** (m/w/d)
- **Kaufleute für Büromanagement** (m/w/d)



Wer mit Freude bei der Sache ist, kann bekanntlich Großes schaffen, nutzen Sie Ihre Chance. Überdurchschnittliche Vergütung, Urlaubs- & Weihnachtsgeld.

EIN ANRUF GENÜGT:
06701 - 9116 223

Nur bei uns! Alle Azubis erhalten schon im ersten Lehrjahr eine Vergütung von über **1.100€!**

JETZT BEWERBEN!



MOBILITÄTS-BONUS



www.fleischwaren-sutter.de



Ausgezeichnet: Franca Kaufmann und Moritz Stritter.



Fotos: Anne-Emanuelle Thion



Internationale Auszeichnung für Mainzer Auszubildende

Eine ganz besondere Premiere gelang Franca Kaufmann und Moritz Stritter: Als erstes deutsches Team haben die beiden Auszubildenden des Mainzer Restaurants Steins Traube im französischen Reims den internationalen Kochwettbewerb „Trophée Mille“ gewonnen.

Die beiden Mainzer haben damit den weltweit bedeutendsten Kochwettbewerb für Auszubildende für sich entschieden, betont Inhaber Philipp Stein: „Mit ihrem kreativen Können, Präzision und Teamgeist haben unsere beiden junge Talente Jury und Fachwelt begeistert.“ Vor dem Duo, das in Mainz-Finthen seine Ausbildung absolviert, hatten es schon einige andere deutsche Bewerber versucht. Auch Moritz Stritter war in einer anderen Konstellation bereits voriges Jahr mit von der Partie war. Meist, erzählt Franca Kaufmann, animiere die Berufs-

schule zur Bewerbung und entsende dann gemischte Teams. So wird der Wettbewerb vor Ort durch die BBS 1 Gewerbe und Technik Mainz organisiert. Diesmal war Sternekoch Stein selbst der Motivator, vertrauend auf die Siegeschancen seiner Lehrlinge. Es gilt, die Rezepte für ein Zwei-Gänge-Menü mit einigen Pflichtzutaten einzureichen, das Team vorzustellen.

Elf Teams aus elf Nationen traten im Kochwettbewerb an. Bei der Begrüßung mit Champagner am Sonntagabend lernt man die Juroren kennen, darunter manch nam-

hafter Spitzenkoch. Am eigentlichen Wettbewerbstag geht es vom Hotel aus, bekleidet mit Kochjacken in den Landesfarben, in die Kochhalle, wo die ausgewählten Gerichte in zweieinhalb Stunden vor Zuschauern zubereitet werden. „Es sind auch viele Berufsschulklassen dort“, erzählt Stritter. Erst werden die Hauptspeisen präsentiert, dann gibt es eine halbe Stunde Extra-Zeit für die finalen Arbeitsschritte am Dessert. Noch am Abend fällt das Urteil.

„Wir konnten es selbst gar nicht glauben“, erzählt Stritter. Erst wurde der Dritte, dann

der Zweite aufgerufen. „Da hatten wir eigentlich schon abgeschaltet...“ Schließlich hatten bisher immer Teams aus Frankreich oder Japan gewonnen. Saibling und Knollensellerie, Walnussöl und Goldapfel waren diesmal die Vorgaben. Die beiden Auszubildenden verständigten sich auf das Rezept, übten fleißig, brachten dann ihre genau abgewogenen Zutaten mit nach Frankreich. Und zauberten dort, wie Kaufmann berichtet, eine Saiblingsterrine im Selleriemantel mit gefüllten Saiblingsröllchen und zweifarbigen Cannelloni aus Kartoffelmasse auf „Beurre Blanc“ und Riesling-Verjus. Das Dessert war ein Meisterwerk der Täuschung – eine Apfel-Imitation aus weißer Schokoladenmousse mit flüssigem Goldapfelkern, der auf einer schokoladig-nussigen „Erde“ lag.

„Ich wollte etwas Praktisches machen“

Die 19-jährige Franca Kaufmann hat voriges Jahr ihr Abitur gemacht und sich dann

für eine Ausbildung entschieden. „Ich wollte etwas Praktisches machen“, erzählt die Nieder-Ölmerin, die ein Schulpraktikum in Steins Restaurant absolviert hatte. „Es hat sich einfach richtig angefühlt.“ Das denkt auch ihr 22-jähriger Azubi-Kollege Moritz Stritter. Der Schwabenheimer nutzte in seiner Zeit am Ingelheimer Sebastian-Münster-Gymnasium ebenfalls Praktika, um sich zu orientieren. Ein Onkel übernahm einst das Gasthaus der Großeltern, ein anderer ist Koch. Stritter nutzte die Chance, reinzuschnuppern, und erhielt viel familiären Zuspruch. Ein Praktikum bei Steins gab den Ausschlag.

„Man wächst an so einer Ausbildung, nicht nur vom Kochen her“, findet der 22-Jährige, der im dritten Lehrjahr ist. „Man lernt viel dazu, man lernt nie aus, kann immer fragen“, bestätigt Kaufmann. Der Wettbewerbserfolg brachte einiges an medialem Interesse mit sich. Radio, Fernsehen und Zeitungen gaben

sich im Restaurant in Mainz-Finthen fast schon die Klinke in die Hand. Dort steht der goldene Wanderpokal nun hervorgehoben im Gastraum von Deutschlands einst jüngstem Sternekoch. Staatsmedaillen gab der Schirmherr, Präsident Macron, hinzu.

„Ich halte es für meine Pflicht, die jungen Leute zu fördern“, sagt Stein. „Diese Generation ist im Verruf, nicht leistungsbereit zu sein.“ Da wollte der prominente Koch gern das Gegenteil beweisen. In der Küche beschäftigt er aktuell vier und im Service einen weiteren Azubi. „Das hat bei uns Tradition, meine Eltern haben mindestens 50 Lehrlinge ausgebildet“, sagt Stein. Und danach? „Wenn man ein guter Ausbilder ist, schickt man die Leute eigentlich raus. Sie müssen was sehen, sollen sich weiterentwickeln. Das ist die ehrlichste Variante.“

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST



Ausbildung machen, wo Zukunft zählt. Bei EWR!

Du willst nicht einfach nur irgendwo Ausbildung machen – sondern für etwas?

Dann komm zu uns: gemeinsam gestalten wir die Energiewende mit Herz, Verstand und Verantwortung, entwickeln Lösungen, die unsere Region klimafreundlich, digital und lebenswert machen.

Unsere Benefits:

Smartphone, Tablet & Laptop, Fahrtkosten- sowie Führerscheinzuschuss, Kostenübernahme aller Schul- und Fachbücher u.v.m.

Ausbildungsberufe & Duales Studium bei der EWR AG:

- Industriekaufleute (m/w/d)
- Fachinformatiker (m/w/d) für verschiedene Fachrichtungen
- Bachelor of Engineering – Studiengang Energiewirtschaft
- Bachelor of Science – Studiengang Wirtschaftsinformatik
- Bachelor of Arts – Studiengang Marketing Management

Ausbildungsberufe

bei der EWR Netz GmbH:

- Anlagenmechaniker (m/w/d) Fachrichtung Rohrsystemtechnik
- Elektroniker (m/w/d) für Betriebstechnik



Mehr zum Thema Ausbildung, Duales Studium, Praktika und Jobs unter:
ewr.de/ueber-uns/karriere

Gemeinsam
ZUKUNFT
ANPACKEN



Foto: privat

Nadine Bredel

„Es hat sich auf jeden Fall gelohnt“

Es gibt viele Möglichkeiten, im Beruf weiterzukommen: Die „Aufsteiger“-Kampagne der Industrie- und Handelskammern rückt sie in den Fokus.

Studieren wollte Nadine Bredel nie. Nicht nach ihrem Abitur in Stromberg, nicht nach ihrer Ausbildung beim Mainzer Caterer Gaul. Und doch war die heute 28-Jährige erpicht darauf, sich immer weiter zu qualifizieren. Eine Weiterbildung war die logische Konsequenz. Abends und an Samstagen galt es, neben einer Vollzeitstelle, Vorlesungen zu hören und zu lernen. Der Aufwand? „Man muss Abstriche machen im persönlichen Umfeld, das macht man nicht einfach so nebenbei. Aber es war trotzdem gut machbar.“ Der Ertrag? „Es hat sich auf jeden Fall gelohnt.“ Bredel kann nun die Tätigkeit ausüben, die ihr vorschwebte, hat eine Qualifikation für mögliche nächste Schritte in der Tasche.

„Ich wollte direkt in die Praxis“, blickt Nadine Bredel auf die Zeit nach ihrem Abitur im Hunsrück zurück. „Mir war wichtig, den Umgang im Arbeitsalltag kennen zu lernen.“ Bei Gaul konnte die angehende Veranstaltungskauffrau vielfältige Erfahrungen im Ver-

anstaltungssektor sammeln, durchlief die Abteilungen. Darunter auch den Personalbereich, der sie besonders interessierte. „Darauf wollte ich mich fokussieren.“ Daher schloss sie ein BWL-Studium in Vollzeit an – und zog noch im ersten Semester den Schlussstrich. Ganz ohne Praxis, das war nichts für sie.

„Das Alter spielt keine Rolle“

Seither ist Bredel bei Hidden Professionals in Mainz tätig, einem Software- und Service-Anbieter im Bereich Recruiting und Personalentwicklung, als Kundenberaterin. Berufsbegleitend absolvierte sie ihre Weiterbildung zur Personalfachkauffrau, mit, wie sie betont, großer Unterstützung vom Chef. Im Personal- und Organisationsberater Eo Ipso in Mainz fand sie den für sich passenden Bildungsträger, lernte viele Kollegen aus anderen Unternehmen kennen, tauschte Erfahrungen aus, bildete Netzwerke, erlebte „sehr kompe-

tente Dozenten mit viel Praxiserfahrung" und legte ihre Prüfung bei der IHK für Rheinhessen ab. Eine Ausbildereignungsprüfung packte sie direkt obendrauf.

Ihre Erfahrungen? Ausnahmslos positiv. „Im Weiterbildungskurs waren querteet alle möglichen Altersgruppen dabei, die sich diesem Weg gestellt haben. Das Alter spielt da gar keine Rolle“, sagt sie. Voller Optimismus, irgendwann auf ihren Abschluss auf Bachelor-Level etwas weiteres draufzusatteln. Da war es auch keine Frage für Nadine Bredel, bei der Aufsteiger-Kampagne der IHK-Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz mitzuwirken.

„Ich habe mit dem Thema Weiterbildung sehr gute Erfahrungen gemacht und wollte gern Personen jeglicher Altersgruppe ermutigen“, sagt sie. „Ich habe selbst gesehen, wie viel eine Weiterbildung einem persönlich und fachlich bringen kann. Es ist eine gute Möglichkeit, sich zu spezifizieren.“ Positiv an der Kampagne fand sie die vielen unterschiedlichen Interviewpartner, die ganz verschiedene Wege in der Weiterbildung aufgezeigt haben. Denn die Möglichkeiten sind nahezu unerschöpflich. Ihr Plädoyer: Es sollten auch die Unternehmen mitmachen, denn für sie ist die Weiterbildung ebenfalls eine wertvolle Chance.

„Wir wollen das Thema Weiterbildung und höhere Berufsbildung präsenter machen“, sagt Michael Essig, Teamleiter höhere Berufsbildung bei der IHK für Rheinhessen. In einer Vielzahl von Interviews verdeutlichen junge Menschen, die eine Weiterbildung absolviert haben, ihre Motivation, schildern ihre Erfahrungen, erzählen, was ihnen die Mühen gebracht haben. Das lebenslange Lernen, sagt Essig, wird so authentisch geschildert.

Die Kampagne ist auch auf Messen vertreten, und sie entfaltet Strahlkraft. „Die Karrieremöglichkeiten werden verdeutlicht und es wird ermutigt, eine höhere Berufsbildung anzugehen“, sagt Essig. „Das geht auch während des Berufsweges, man kann währenddessen Geld verdienen.“ Und die Unternehmen können ihre Mitarbeiter halten, weiter qualifizieren, ihnen Wege aufzeigen.

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST



**BAUSTOFFE
CHECKER
VON MORGEN**

Ausbildung Baustoffprüfer/in (m/w/d)
Start: 01.09.2026
Besuch uns auf www.lgb-rlp.de

Scan den Code und erfahre mehr!

**Hochschule
Worms**
University of Applied Sciences

**Starte durch an
einer Hochschule,
die wie ein zweites
Zuhause ist.**

Fragen zum Studium?
Kontaktiere unseren
Studierendenservice
studieren@hs-worms.de

Informatik

Touristik/Verkehrswesen

Wirtschaftswissenschaften

www.studiereninworms.de



Fotos: Stefan Sämmer



2.000 Gäste feiern 25 Jahre Azubi-Festival

Rheinhessen feiert 25 Jahre Azubi-Festival: Mit einer Rekordbesucherzahl haben die Industrie- und Handelskammer und das ZDF das Jubiläum des Festivals gefeiert.

Mehrere tausend Jugendliche, Familien, Prüferinnen und Prüfer sowie Gäste aus Wirtschaft und Politik, waren zum 25. Azubi-Festival auf das Gelände des ZDF-Fernsehgartens in Mainz gekommen. In einem bundesweit einzigartigen Rahmen überreichte die IHK die begehrten Abschlusszeugnisse an die Absolventinnen und Absolventen der Sommerprüfung 2025. „Mit einer Ausbildung legen junge Menschen den Grundstein für persönliche Karrieren und eine starke Wirtschaft von morgen“, sagte IHK-Präsident Dr. Marcus Walden. „Dass wir das seit 25 Jahren gemeinsam mit dem ZDF sichtbar machen, zeigt, wie wichtig Partnerschaften für die Fachkräftesicherung sind.“

Wirtschaftsministerin Daniela Schmitt unterstrich in einem kurzen Talk die Bedeutung der Fachkräftesicherung für den Standort Rheinland-Pfalz: „Fachkräfte sind das Fundament unserer internationalen Wettbewerbsfähigkeit und die Grundlage für den Erfolg in einer zunehmend digitalisierten und global vernetzten Welt.“ Auch Gregor Wichert, Leiter der Hauptabteilung Personal des ZDF, betonte, wie wichtig praktische Kompetenzen und Berufserfahrung gerade in Zeiten der Digitalisierung und Künstlicher Intelligenz sind: „Künstliche Intelligenz wird Sie in Ihrem künftigen Berufsleben immer begleiten; mit Ihrer Ausbildung haben Sie die Grundlage geschaffen, dass Sie mit

Ihren Erfahrungen und Ihrer Persönlichkeit unersetzlich bleiben.“

Die Bildergalerie zum Azubi-Festival 2025 findet sich unter



www.ihk.de/rheinhessen/azubi-festival

UNTERSTÜTZER DES AZUBI-FESTIVALS 2025

Auto Hess – Scherer GmbH & Co. KG, Fahrrad XXL Franz, Hachenburger Brauerei, mainzplus Citymarketing, Mainz 05, Mainzer Stadtwerke, Sapite GmbH, SCHOTT AG, Volksbank Alzey-Worms, VRM GmbH & Co. KG und das ZDF.





Fachkraft für Lagerlogistik (w/m/d)

Voraussetzung: Berufsreife oder qualifizierter Sekundarabschluss 1

Kauffrau/ Kaufmann für Groß- und Außenhandelsmanagement (w/m/d)

Voraussetzung: qualifizierter Sekundarabschluss 1, Fachhochschulreife oder Allgemeine Hochschulreife

**Werde auch DU
ein Teil unseres
Teams**

JOB-PROFIL:

Wenn du Interesse an Neuem hast, deine Aufgaben stets motiviert angehst und du einen vertrauensvollen Umgang schätzt, dann bist du bei uns genau richtig. Wir legen großen Wert auf Zuverlässigkeit und das Miteinander im Team. Gleichberechtigung hat für uns ebenfalls einen großen Stellenwert. Unsere Auszubildenden erhalten während der Ausbildung im jeweiligen Lehrjahr alle das gleiche Ausbildungsgehalt. Wir machen keine beruflichen Unterschiede. Für uns ist jede/r Mitarbeiter/in ein Teil des Großen und Ganzen. Solltest du ein Teil unseres Teams werden wollen, dann bewirb dich noch heute. Wir freuen uns auf deine aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen. Sende deine Bewerbung per Mail an **bewerbung.loehle@gut-gruppe.de**.

**DEIN
KARRIERESTART**



LÖHLE KG

Carl-von-Ossietzky-Straße 2
55459 Bingen-Grolsheim
bewerbung.loehle@gut-gruppe.de

Ausbildungsverantwortliche

Ansprechpartnerin

Kristine Mastel
Tel.: 06721/ 30903 172



Foto: Peter Bender

Winzerin Juliane Eller

„Mein Glas ist nie halb leer“

Juliane Eller hat mit 23 Jahren das elterliche Weingut übernommen – und mit JUWEL Weine ganz neu gedacht. Im Gespräch spricht sie über Verantwortung, Netzwerke, Female Empowerment – und darüber, warum Gründung vor allem eins braucht: den Mut, einfach zu machen.

Sie haben mit nur 23 Jahren das elterliche Weingut übernommen. Was war Ihre größte Motivation damals?

Das Lebenswerk meiner Eltern – ein absolutes Kulturgut. Ich musste erst verstehen, was für eine unglaubliche Basis ich da eigentlich habe. Was mich dann wirklich motiviert hat, war dieser Gedanke: Ich will etwas aufbauen, das bleibt. Rebstöcke erzählen Geschichten über Jahrzehnte hinweg. Wo hat man das heute noch?

Sie sprechen oft davon, dass Sie das Weingut nicht „weiterführen“, sondern neu denken wollten. Was bedeutet das für Sie?

Ich wollte hochwertige Flaschenweine machen – das gab's bei uns vorher gar nicht, denn der Fokus meiner Eltern lag auf dem Fassweinverkauf. Wein ist ein emotionales Produkt. Man verknüpft ihn mit schönen Momenten – genau das wollte ich in die Flasche bringen. Und dann war da dieser Geistesblitz draußen im Weinberg: Meine eigenen Weine

sollen JUWEL heißen. Der Name ist eine Verbindung aus meinem Vornamen, meinem Nachnamen und dem W für Wein.

JULIANE ELLER

Juliane Eller ist Winzerin, Unternehmerin, Gründerin von JUWEL Weine und eine der bekanntesten Stimmen einer neuen Generation im deutschen Weinbau. Mit 23 Jahren übernahm sie den elterlichen Betrieb in Alsheim und entschied sich für einen mutigen Neuanfang: moderner Weinbau, eigene Marke, eigene Handschrift. Neben ihrer Arbeit als Winzerin engagiert sich Juliane Eller für mehr Sichtbarkeit von Frauen in der Wirtschaft. Sie spricht offen über die Realität von Gründung, Vereinbarkeit und Unternehmertum – und bringt sich aktiv in regionale und überregionale Netzwerke ein.

Inwiefern war es ein Vorteil oder Nachteil, als junge Frau in der Weinbranche zu gründen?

Ich wurde mit 23 immer unterschätzt und habe das zu meiner Stärke gemacht. Rückblickend war das sogar ein Geschenk, weil es mich selbstbewusst und mutig gemacht hat. Ich habe einfach gemacht, ohne zu wissen, wo die Reise hingeht. Mein Glas ist nie halb leer. Und wenn's schwierig wird – dann erst recht.

In welchen Momenten hat Ihnen der Austausch besonders geholfen? Und mit wem?

Gerade am Anfang mit Männern aus der Branche, weil es kaum Frauen gab. Ich konnte aus deren Fehlern lernen und das war unglaublich hilfreich. Und bis heute mit meinen Eltern: Ihre Erfahrung gibt mir Sicherheit. Ich würde nie einen Wein abfüllen, wenn sie sagen würden: „Guck nochmal drüber.“

Wie wichtig waren für Sie Netzwerke auf Ihrem bisherigen Weg?

Total wichtig. Kleine, ehrliche Runden geben Kraft, weil man merkt: Alle haben die gleichen Probleme.

Was verbinden Sie mit eigenen Netzwerken von Frauen?

Gegenseitiges Anzünden, kein Wettbewerb – über alle Branchen hinweg. Auch politische Themen finden Platz: Vereinbarkeit, Kapitalbeschaffung, Führungsfragen. Frauen bringen da eine eigene Perspektive mit, denken aber oft zu klein. Wir müssen lernen, groß zu denken. Warum nicht an die Börse? Warum nicht mit breiter Brust in die erste Reihe?

Sie waren als Impulsgeberin beim Auftakt des Business Women Netzwerks der IHK dabei – wie haben Sie den Abend erlebt?

Wahnsinnig positiv! Viele Frauen sind direkt auf mich zugekommen: „Du hast mich motiviert, nochmal neu zu denken.“ Das hat mich total berührt.

” Frauen bringen da eine eigene Perspektive mit, denken aber oft zu klein. Wir müssen lernen, groß zu denken.

Welche konkreten Themen sollten in einem solchen Netzwerk Ihrer Meinung nach unbedingt Raum bekommen?

Ich glaube nicht an strikte Themenvorgaben. Es kommt auf die Menschen an, die am Tisch sitzen. Ob KI, Gründung, Nachfolge oder Buchempfehlungen – es braucht eine gute Balance. Genau wie beim Wein zwischen Säure und Zucker.

Was würden Sie einer jungen Frau mitgeben, die heute den Schritt in die Selbstständigkeit wagt?

Einfach machen! Nicht alles zerdenken. Wenn du an deine Idee glaubst – leg los. Und: Rede darüber. Hol dir Feedback. Worst Case? Meist halb so wild. Aber: Man muss der Typ dafür sein. Wenn du dich morgens motivieren musst – lass es lieber.

Was braucht es aus Ihrer Sicht – politisch, wirtschaftlich oder gesellschaftlich –, damit mehr Frauen den Schritt in die Selbstständigkeit wagen?

Mehr Unterstützung bei der Vereinbarkeit. Mehr Kapital. Mehr Vertrauen in Unternehmerinnen. Und ganz wichtig: Auch strukturell muss sich was ändern. Es braucht keine Entweder-oder-Entscheidung zwischen Kind und Karriere. Aber genau das wird Frauen heute noch suggeriert – und das muss aufhören.

DAS INTERVIEW FÜHRTEN MELANIE DIETZ UND JULIA SCHNEIDER, IHK FÜR RHEINHESSEN

JUWEL WEINE

Bei dem Weingut in Alsheim werden alle Trauben per Hand gelesen, der Ausbau erfolgt im eigenen Keller. Die gesamte Produktion ist Fair'n Green zertifiziert – Nachhaltigkeit wird in allen Bereichen mitgedacht: vom Einsatz recycelbarer Materialien bis zum Bau einer energieeffizienten neuen Produktionsstätte in Dittelsheim-Heßloch, die Juliane Eller und ihr Ehemann Stefan Winter, Inhaber des VDP-Weinguts Winter, gemeinsam errichten.

BUSINESS WOMEN IHK FÜR RHEINHESSEN

Seit Mai 2025 bringt die IHK für Rheinhessen mit dem Business Women Netzwerk Unternehmerinnen, Gründerinnen und Entscheiderinnen aus der Region zusammen. Ziel ist es, Austausch zu stärken, Sichtbarkeit zu schaffen und Frauen in der Wirtschaft gezielt zu vernetzen. Das Netzwerk ist Teil der bundesweiten Initiative „Business Women IHK“ der DIHK.



ihk.de/rheinhessen/business-women

nexxt-change Unternehmensbörse

INFORMATION

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

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

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



nexxt-change.org



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

Verkaufsangebote

Folienbeschriftungen, Digitaldruck
MZ-A 11/25

++++++

Nachhaltige Online-Druckerei mit 10.000+ Kund:innen sucht Käufer/Teilhaber
MZ-A 10/25

++++++

GmbH inkl. zwei Online-Shops im medizinischen Bereich zu verkaufen
MZ-A 9/25

++++++

Nachfolge gesucht für etablierten Gastronomiebetrieb mit Café
MZ-A 8/25

++++++

Proj. SUNSET | Home-Automation-Anbieter | EBIT-Marge 15 % | Rheinland-Pfalz
MZ-A 7/25

++++++

LED-Werbewand in Toplage in Worms – Standort, Technik und Kundenstamm inklusive
MZ-A 6/25

++++++

Unternehmen im Brandschutz-Service
MZ-A 3/25

++++++

Bio-Food-Startup zum Verkauf
MZ-A 1/25

++++++

Reisebüro/Reiseveranstalter auf Basis Homeoffice als Nebenerwerb abzugeben
MZ-A 16/24

++++++

Eventlocation / Showküche sucht Nachfolger/in
MZ-A 15/24

++++++

Nachfolgesuch für etabliertes Ingenieurbüro für Tragwerksplanung
MZ-A 14/24

++++++

Unternehmen für Herstellung und Handel von Motorrad-Garagen sucht Nachfolger
MZ-A 10/24

++++++

Handelsvertretung für Spiel-Sport- und Freizeitanlagen

MZ-A 8/24

++++++

Nachfolger gesucht! EH für Gardinen, Markisen, Bodenbeläge auf 800 qm
MZ-A 7/24

++++++

Herrenbekleidungsgeschäft mit festlicher Mode ab sofort zu verkaufen
MZ-A 12/25

++++++

Kaufgesuche

MBA aus der Finanzdienstleistungsbranche sucht Unternehmen zur Übernahme
MZ-G 2/24

++++++

Modern ausgestattete Tischlerei mieten oder kaufen
MZ-G 2/25

++++++

Nachfolgesuch – Unternehmenskauf im Raum Mainz / Rhein-Main
MZ-G 3/25

++++++

Nachfolgeunternehmer suchen produzierenden Betrieb zur Führung vor Ort
MZ-G 4/25

++++++

Käufer sucht Hausverwaltungen, Nachlass- oder Bestattungsbetriebe zur Übernahme
MZ-G 5/25



Your home of success.



Sie suchen:

Ein Büro, Konferenzräume oder eine Geschäftsadresse...

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

Flexibel, schnell und unkompliziert.

Wir übernehmen das für Sie!

Mehr Informationen auf unserer Website.

www.ecos-workspaces.com/mainz
mainz@ecos-workspaces.com
Tel.: +49 6131 921-0



in



Wachsende Vielfalt in der Gründungslandschaft

Die Zahl der Unternehmensgründungen in Rheinland-Pfalz wächst, die Gründungslandschaft wird weiblicher und internationaler – das zeigt der Gründungsreport Rheinland-Pfalz 2025 der Industrie- und Handelskammern und Handwerkskammern.

Mit 34.508 Gewerbeanmeldungen im Jahr 2024 verzeichnet das Land das zweitbeste Ergebnis seit 2015. „Dass wir im sechsten Jahr in Folge einen wachsenden Gewerbestand in Rheinland-Pfalz verzeichnen, ist ein starkes Zeichen für den Gründergeist im Land“, stellt Arne Rössel, Hauptgeschäftsführer der IHK-Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz, fest. Neugründungen seien nicht nur Innovationstreiber – sie schafften auch Arbeitsplätze. Knapp 59 Prozent der Gründenden planen in den ersten beiden Jahren mit Angestellten.

Die Gründungslandschaft in Rheinland-Pfalz wird zugleich vielfältiger: 2024 wagten 10.501 Frauen den Schritt in die Selbstständigkeit – so viele wie seit mehr als zehn Jahren nicht. Mit einem Anteil von 33,4 Prozent liegt Rheinland-Pfalz leicht über dem Bundesdurchschnitt und im oberen Drittel der Bundesländer. Auch internationale Gründungen nehmen zu – so kamen 2024 11 Prozent der Gründerinnen und Gründer aus Nicht-EU-Staaten, das sind rund 10 Prozent mehr als im Vorjahr. „Vielfalt ist ein klarer Standortvorteil“, sagt Karina Szwede, Hauptgeschäftsführerin der IHK für

Rheinhausen. „Gründerinnen und Gründer mit unterschiedlichem Hintergrund bringen neue Ideen, Netzwerke und Perspektiven in unsere Wirtschaft.“

Startups: Wachstumsmotor mit Nachholbedarf

Beim Thema Startups besteht dagegen laut Report Nachholbedarf: Mit nur 65 Gründungen in diesem Segment belegt Rheinland-Pfalz bundesweit Rang 10. Innovative, skalierbare Geschäftsmodelle sind unterrepräsentiert. Um für Startups attraktiv zu bleiben, brauche es verlässliche Strukturen – durch Inkubator-Programme, digitale Verwaltung, enge Hochschulanbindung und einen landesweiten Wachstumsfonds.

Die Zahl wirtschaftlich relevanter Betriebsgründungen stieg 2024 auf über 5.400 – ein weiteres Zeichen für unternehmerische Substanz in Rheinland-Pfalz. Doch: Damit Betriebe wachsen und ausbilden können, braucht es gezielte politische Unterstützung und mehr gesellschaftliche Wertschätzung – ein Drittel der Gründenden sieht das als zentral für den Gründungsgeist, insbesondere im schulischen und akademischen Umfeld.

Weiterhin zeigt der Gründungsreport das Potenzial einer Unternehmensnachfolge: 28 Prozent der Gründenden sehen in der Übernahme bestehender Betriebe eine attraktive Alternative zur Neugründung. Die Zahl der Übergabereifen Unternehmen haben noch keine konkreten Pläne. IHKs und Handwerkskammern setzen hier auf persönliche Beratung und digitale Plattformen wie die Unternehmenswerkstatt Rheinland-Pfalz, die Nachfolgewerkstatt oder die Nexxt-Change-Börse, um Übergaben zukunftsfest zu gestalten.

OLIVER SACHA, IHK FÜR RHEINHESSEN

STARTERZENTREN

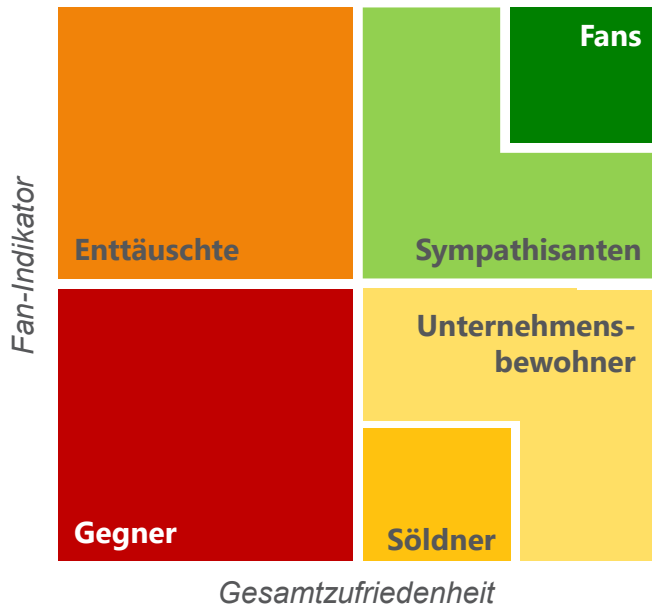
Die 31 Starterzentren in Rheinland-Pfalz sind das Rückgrat der Gründungsberatung im Land. 2024 unterstützten sie mehr als 15.000 Gründende – mit individueller Beratung, regionaler Vernetzung und praxisnaher Hilfe. Sie sind zentrale Anlaufstelle für alle, die den Weg in die Selbstständigkeit wagen. Der vollständige Gründungsreport 2025 ist abrufbar unter:



starterzentren-rlp.de

Mitarbeiter zu Fans machen

Die Mainzer Beratungsgesellschaft 2HMforum weiß, wie Unternehmen ihre Beschäftigten begeistern.



Motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind besser als lustlose. Besonders motiviert sind, man kennt es aus dem Fußballstadion, Fans. Wie Unternehmen ihre Beschäftigten zu Fans machen, möchte das Mainzer Marktforschungs- und Beratungsunternehmen 2HMforum vermitteln. Schlüssel ist das „Fan-Prinzip“, ein Management-Tool, das Unternehmen erfolgreicher machen soll. Die Kernidee: Die Beziehung zwischen Betrieb und Mitarbeitern soll auf Identifikation und einer wahrgenommenen Einzigartigkeit beruhen. Im 2HMforum nennt man dieses Management-Steuerungssystem „Fanomics“.

„Lege als Unternehmen fest, für welche Werte du stehen willst, und lebe sie vor“, erläutert Dr. Frederik Meyer, Mitglied der Geschäftsleitung, den Grundgedanken. „Wir denken immer von den Bedürfnissen von Menschen her, egal ob Kunden oder Mitarbeiter. Und fragen uns: Welche Bedürfnisse adressieren wir, wie machen wir das erlebbar?“ Zunächst gilt es dabei, die Unternehmenskultur zu entwickeln. Meyer spricht von drei Säulen. Welche Bedürfnisse und Ziele haben die Kollegen, die schon länger da sind, aus der Unternehmensgeschichte heraus? Wie sollte der Betrieb organisiert sein, um bei den Kunden erfolgreich zu sein? Wie sieht die Identität des Unternehmens aus, welche Kultur prägen Geschäftsführung und Top-Management?

Nun greift der „Fanomics“-Ansatz, den Meyer auf vier Ebenen gliedert. An die Unternehmenswerte als „Identifikationsplattform“ knüpfen sich Verhaltensregeln, um die Werte auch zu leben. Die Basis ist eine wertekonforme Führung und Rahmensetzung, um alle Mitarbeiter mitzunehmen. Die Mitarbeiterseite könnte beispielsweise in die

Verantwortung gezogen werden, indem Werte-Botschafter benannt werden, die dazu beitragen, die Werte zu verankern. Schließlich: Messungen über Mitarbeiterbefragungen, am besten alle 12 bis 24 Monate, sowie niedrigschwellige Meinungserhebungen in deutlich kürzeren Intervallen.

Die zentrale Kennzahl dabei ist die „Fan-Quote“, die die Beziehungsqualität zwischen Unternehmen und Mitarbeitern darstellen soll. Neben Fans gibt es nach dieser Methodik Sympathisanten, Unternehmensbewohner, Söldner, Enttäuschte und, ganz schlecht, Gegner. Nach Erhebungen der Mainzer Marktforscher sind in der obersten Führungsebene 30 Prozent Fans und 27 Prozent Sympathisanten, während in den Bereichen ohne Führungsverantwortung nur 16 Prozent Fans und 28 Prozent Sympathisanten sitzen. Gegenläufig verhalten sich die Anteile der Gegner.

Werte müssen zum Unternehmen passen

„Attraktivität für Kunden ist sinnstiftend“, sagt Meyer. Beide Bereiche müsse man zusammen denken. Werte könnten beispielsweise Mut, Zusammenhalt, Kompetenz, Erfolg, Flexibilität oder Verlässlichkeit sein. Sie müssen zum Produkt, zum Dienstleistungsangebot des Unternehmens passen. Flexibilität und Mut erscheinen etwa bei Abläufen, die auf Routine und Effizienz ausgerichtet sind, weniger sinnvoll als Verlässlichkeit oder Zusammenhalt. Den Wert Kompetenz zu leben, bedeutet Meyer beispielsweise auch eine besondere Sensibilität der Führungskräfte für die Talente ihrer Angestellten. Ebenso wie die Frage, ob diese genau so eingesetzt werden, dass ihre Tätigkeiten ihren Talenten entsprechen.

Rund 200 Beschäftigte hat das 2HMforum insgesamt, etwa jeder Zehnte ist mit den „Fanomics“ befasst. Mehr als 480 Unternehmen seien bereits beraten worden, quer durch Branchen und Betriebsgrößen. Mitarbeiter zu Fans zu machen und in der Unternehmenskultur die Voraussetzungen dafür zu schaffen, sei personalintensiver als die Ausrichtung auf die Kundenseite. „Am Ende kommt es auf Kontinuität an“, sagt Meyer, „die Dinge dürfen nicht wieder verwässert werden. Die Arbeit hört nie auf.“

Aber was macht denn nun einen Mitarbeiter aus, der Fan ist? „Er muss gar nicht lange im Unternehmen sein, auch wenn unseren Daten nach die Leute mit längerer Betriebszugehörigkeit auch häufiger Fans sind“, sagt Meyer. Indikatoren sind: Motivation, wenige Krankentage, Loyalität zum Arbeitgeber auch in schwierigen Zeiten, eine gewisse Bereitschaft, Fehler zu vergeben. „Sie gehen häufiger und bereitwilliger die letzte Meile, bleiben, wenn nötig, auch mal länger“, sagt Meyer. „Und die Arbeit ist für Fans weniger kräftezehrend.“

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST

IHK-Termine International

- | | |
|--|--|
| 20.08. Webinar: Lieferantenerklärungen 2025 | 29.10. Webinar: Messförderung für deutsche Unternehmen |
| 21.08. Webinar: Einreihung von Waren in den Zolllarif | 04.11. Webinar: Entsendung von Mitarbeitern – Einsätze in Österreich |
| 27.08. Webinar: Entsendung von Mitarbeitern – Einsätze in Luxemburg | 04.11. Webinar: Zollabwicklung Türkei – Rechtliche Besonderheiten und praktische Herausforderungen |
| 27.08. Grundlagen des Exportkontrollrechts und innerbetriebliche Anforderungen | 12.11. AHK-Sprechtage Kolumbien |
| 03.09. Meldevorschriften nach der AWW für Unternehmen | 13.11. Webinar: Entsendung von Mitarbeitern – Einsätze in der Schweiz |
| 16.09. Webinar: Basics Import – Zoll: Wie man erfolgreich Waren aus dem EU-Ausland importiert | 19.11. Export- und Zollabwicklung EU und Drittländer |
| 24.09. IHK-Netzwerktreffen Zoll Rheinhessen 2025 | 25.11. AHK-Online Sprechtag Zentralasien |
| 25.09. AHK-Online Sprechtag Türkei | |
| 25.09. AHK-Sprechtag Philippinen | |
| 30.09. Webinar: Entsendung von Mitarbeitern – Einsätze in Belgien | |
| 06.10. Webinar: Investitionsgarantien schützen deutsche Auslandsinvestitionen gegen politische Risiken | |
| 21.10. AHK-Ländersprechtag Indien | |



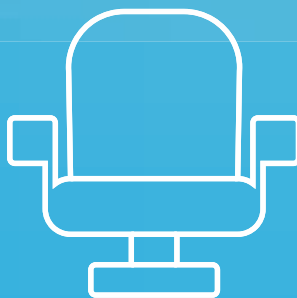
Weitere Infos und Anmeldung unter ihk.de/rheinhessen/international

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



ihk.de/rheinhessen/news

RELEVANZ ENTSCHEIDET



91 %

Von den 2,6 Millionen Menschen im weitesten Leserkreis der IHK-Zeitschriften beurteilen 91 Prozent Ihre IHK-Zeitschrift als mittelstandsrelevant. Kein Wunder, sie berichtet über die Wirtschaft vor Ort und kommt direkt an den Arbeitsplatz. Mehr dazu auf: www.rem-studie.de

Schalten Sie jetzt Ihre Anzeige im IHK-Magazin Report!

Wir beraten Sie gern. Kontakt: Armin Schaum | Telefon 069/42 09 03-55 | armin.schaum@zarbock.de

Brücken nach Japan

Japan rückt als eine der führenden Technologienationen stärker in den Fokus – bei einer Delegationsreise des Wirtschaftsministeriums haben auch Unternehmen aus Rheinhessen wertvolle Kontakte geknüpft.

Foto: Adobe Stock / pop_gino



Handelsbeziehungen ausbauen, neue Absatzmärkte erschließen, bei Zukunftstechnologien zusammenarbeiten – das war der Anlass einer Delegationsreise des rheinland-pfälzischen Wirtschaftsministeriums nach Japan. Ob des zurückkehrenden Protektionismus gelte es, verlässliche Märkte und strategische Partner zu gewinnen. „Die Zollpolitik der Vereinigten Staaten zeigt, wie schnell internationale Absatzmärkte unter Druck geraten können“, stellt Wirtschaftsministerin Daniela Schmitt fest. „Das EU-Japan-Freihandelsabkommen JEFTA bietet uns eine verlässliche Basis, um unsere Wirtschaftsbeziehungen auszubauen.“

Das muss man Alexander Weil und Dr. Matthias Wahl, den beiden Geschäftsführern des Nieder-Olmer Unternehmens Evobeam, nicht zweimal sagen. Ein Großteil des Umsatzes entfällt auf den Export. Japan ist unter-

nehmerisches Neuland für den Entwickler und Produzenten von Vakuumanlagen für die Automobil- und Luftfahrtindustrie. Die Reise diene dem Zweck, Handelspartner zu finden. Denn das Auslandsgeschäft in Japan laufe, wie Weil erläutert, vorrangig über Handelshäuser. Nach Japan sollen Maschinen verkauft werden. Nicht nur, weil das an sich starke USA-Geschäft derzeit mit Unsicherheiten verbunden ist.

In Asien ist Evobeam schon in Singapur und Malaysia aktiv. In Japan ist die Halbleiter-Industrie derzeit stark im Kommen, sagt Weil: „Wir können uns vorstellen, dass wir da ein paar ganz gute Lösungen haben.“ Auch Korea, Vietnam und Südamerika erschließt die Nieder-Olmer GmbH derzeit. Die Reise war, wie das Unternehmer-Duo betont, hervorragend organisiert. „In Japan wird extrem viel Wert auf lokale Ansprechpartner

und lokalen Service gelegt“, berichtet Wahl. Insofern sind Delegationsreisen dieser Art wertvoll für die Unternehmen.

„Strategische Investitionen in Zukunftstechnologie“

Und der Markt bietet Potenzial. „Japan ist für Rheinland-Pfalz nicht nur ein bedeutender Absatzmarkt mit mehr als 800 Millionen Euro Exportvolumen im vergangenen Jahr – es ist vor allem ein verlässlicher Partner für Innovation und langfristige Zusammenarbeit“, sagt Dr. Marcus Walden, Präsident der IHK für Rheinhessen, der ebenfalls in Tokio, Osaka und Nagoya dabei war. „Im Zentrum standen Gespräche zu den großen Zukunftsthemen: Digitalisierung, Biotechnologie, Künstliche Intelligenz und nachhaltige Innovation“, berichtet Walden.

Station gemacht wurde bei der Delegationsreise auch in zwei Innovationszentren, mit Gesprächen über Kooperationsmöglichkeiten in den Bereichen Biotechnologie, Gesundheitstechnologie und Künstliche Intelligenz.

„Beide Innovationszentren sind Beispiele dafür, wie strategisch Japan in Zukunftstechnologien investiert“, betont Walden.

Einen Besuch stattete die Delegation auch der ProWine Tokyo ab. 19 Weingüter aus Rheinland-Pfalz waren bei der internationalen Fachmesse vertreten. Für die im Export tätigen Winzer sind zwar besonders die USA ein wichtiger Absatzmarkt, besonders im höherpreisigen Segment. Doch auch hier sorgt die Zollpolitik von Präsident Donald Trump für Sorgenfalten. Diversifizierung tut gut. „Japan zählt zu den wachstumsstärksten Märkten für deutsche Weine außerhalb Europas“, berichtet Schmitt.

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST

„In Japan verkauft man nicht beim ersten Termin“

Foto: AHK Japan



Marcus Schürmann

Marcus Schürmann, Geschäftsführer der Deutschen Industrie- und Handelskammer in Japan, spricht über die Entwicklung des japanischen Marktes, die Geschäftskultur und das Interesse an Lösungen aus der EU.

Welche Potenziale bietet Japan für deutsche Unternehmen?

Japan ist – ähnlich wie Deutschland – eine führende Technologie-nation. In Branchen wie der Automobilindustrie, Elektronik und Halbleitertechnologie zählt das Land zu den globalen Innovationsmotoren. Was jedoch oft übersehen wird: Mit rund 123 Millionen Einwohnern verfügt Japan über einen enormen Binnenmarkt. Japanische Verbraucher gelten als qualitätsorientiert, aufgeschlossen gegenüber Innovationen – und interessiert an hochwertigen Produkten aus dem Ausland.

Wo liegen Chancen für Mittelständler?

Ein besonders chancenreicher Bereich ist der Maschinenbau im Kontext von Industrie 4.0. Viele japanische Unternehmen stehen vor der Herausforderung, ihre Produktionsanlagen zu modernisieren, um international wettbewerbsfähig zu bleiben. Präzision und Automatisierung „Made in Germany“ stoßen dabei auf großes Interesse. Auch im Bereich Umwelttechnologie ergeben sich attraktive Perspektiven: Japan verfolgt ambitionierte Klimaziele bis 2050, Themen wie Energieeffizienz und Kreislaufwirtschaft werden staatlich gefördert und bieten deutschen Mittelständlern und Start-ups im Cleantech-Bereich vielfältige Marktchancen. Eine häufig unterschätzte Möglichkeit eröffnet sich im Segment Food & Beverage: Japanische Konsumentinnen und Konsumenten schätzen Qualität – ob bei Schokolade, Käse, Wein oder Craft Beer. Der Markt zeigt sich offen für authentische deutsche Marken. Darüber hinaus gibt es auch in Zukunftsfeldern wie Digital Health und AgriTech vielversprechendes Potenzial. Gerade in diesen Bereichen ist Japan zunehmend interessiert an europäischen Technologien und Lösungen.

Welche Regeln sollte man beim Markteintritt beherzigen?

Erstens Geduld und Beziehungsaufbau: In Japan verkauft man nicht beim ersten Termin. Es geht um Vertrauen – das dauert, zahlt sich aber langfristig aus. Zweitens braucht man eine lokale Präsenz: Ein zweisprachiger Ansprechpartner vor Ort, der den Markt

und die Geschäftsgepflogenheiten kennt, ist Gold wert. Drittens gilt: Qualität vor Quantität – am Anfang lieber nur ein Produkt nach Japan bringen, aber dieses perfekt auf den Markt und die Kundenerwartungen angepasst.

Was zeichnet den Wirtschaftsraum Japan aus?

Unsere Geschäftsklimaumfragen zeigen ein durchweg positives Bild: Deutsche Unternehmen vor Ort betonen immer wieder die Verlässlichkeit und Berechenbarkeit des japanischen Marktes sowie seiner Kundschaft. Verstöße gegen geistige Eigentumsrechte oder andere rechtliche Regelungen sind selten – und wenn sie auftreten, bietet das japanische Rechtssystem einen verlässlichen Rahmen zur Klärung. Die öffentliche Verwaltung arbeitet effizient, die gesetzlichen Vorgaben sind zwar sehr detailliert, werden jedoch als fair empfunden. Wichtig zu wissen: Zertifizierungsprozesse nehmen mehr Zeit in Anspruch als in Europa, gelten dafür aber als besonders zuverlässig. Japan bietet eine exzellent ausgebauten Infrastruktur, jedoch auch komplexe Vertriebsstrukturen. Viele Branchen sind nach wie vor stark durch Zwischenhändler und Unternehmensnetzwerke geprägt. Was die Geschäftskultur betrifft, stehen Perfektion und exzellenter Service an oberster Stelle. Japanische Kunden legen großen Wert auf Qualität und sind besonders loyal, wenn sie von einem Produkt oder einem Unternehmen überzeugt sind.

Wie steht es speziell um die Zukunftstechnologien?

Bei Zukunftstechnologien investiert Japan massiv in KI, Robotik und Wasserstoff. Das war auch beim Besuch von Bundespräsident Steinmeier gerade wieder Thema. Hier entstehen gerade neue Märkte – perfekt für innovative deutsche Unternehmen.

Was ist zu In- und Export aus und nach Rheinland-Pfalz festzustellen?

Die Zahlen sind noch ausbaufähig. Hauptexporte sind Chemie und Maschinen, aber es gibt viel Luft nach oben. Besonders bei Nischenprodukten und Spezialmaschinen sehe ich ungenutztes Potenzial.

IHK-KONTAKT

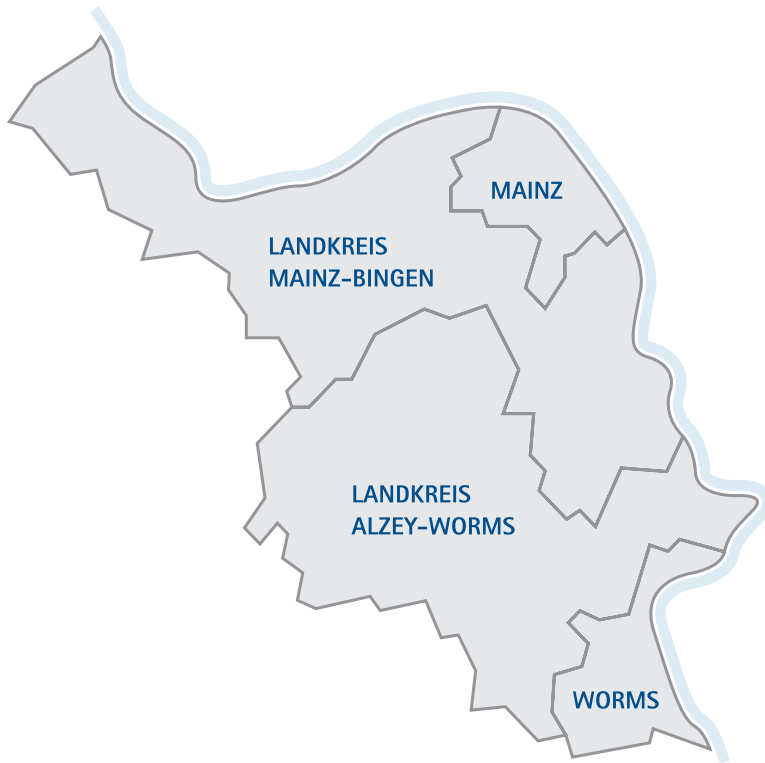
Unternehmen, die Interesse am japanischen Markt haben oder dort bereits aktiv sind, werden von der IHK für Rheinhessen und der Deutschen Industrie- und Handelskammer in Japan mit Informationen, Kontakten und individuellen Angeboten unterstützt. Dazu zählen Marktrecherchen, Rechtsfragen und ein gezieltes Matchmaking mit japanischen Partnern.



ihk.de/rheinhessen/international



japan.ahk.de



TERMINE

Ausgabe	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin
4/2025	21. Oktober	14. November

IMPRESSUM

Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt:
Industrie- und Handelskammer für Rheinhessen
Hauptgeschäftsführerin Karina Szwede
Schillerplatz 7, 55116 Mainz
Telefon 06131 262-0
ihk.de/rheinhessen
ISSN 2190-6866

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

Verlag
Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG
Sontraer Straße 6, 60386 Frankfurt am Main
Geschäftsführung Ralf Zarbock
zarbock.de

Anzeigenleitung
Ralf Zarbock, Telefon 069 420903-75
E-Mail verlag@zarbock.de

Layout und Druck
Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG



Das Magazin wird auf umweltfreundlichem
FSC®-zertifiziertem Papier gedruckt.

Anzeigenpreisliste vom 1. Dezember 2024

Ausgabedatum: 12. August 2025

Beilage
Autohaus Karl & Co. GmbH

Erscheinungsweise: 4 x im Jahr
Der Bezug der IHK-Zeitschrift erfolgt im Rahmen
der grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied
der IHK.

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

Im Sinne einer besseren Lesbarkeit der Texte wurde
von uns entweder die männliche oder weibliche
Form von personenbezogenen Hauptwörtern ge-
wählt.

Dies impliziert keinesfalls eine Benachteiligung an-
derer Geschlechterzugehörigkeiten. Alle Geschlech-
ter mögen sich von den Inhalten gleichermaßen
angesprochen fühlen.

Druckauflage: 17.000
Online-Abonnements: 6.100

Starkes Geschäft in Sicht!

Mit einer Anzeige im Magazin **Report**
erreichen Sie über 23.100 Entscheiderinnen
und Entscheider in der Region Rheinhessen.

Wir beraten Sie gerne:
Armin Schaum, 069/420903-55
armin.schaum@zarbock.de



GLASFASER FÜR IHR BUSINESS

www.mainzer-breitband.de



**HIER GEHT'S ZUM
HIGHSPEED-INTERNET
FÜR MAINZ & DIE REGION**





Wir sind Wirtschaft

Kooperieren Sie mit uns.

Wir bieten

- 5 duale Bachelor
- 2 berufsintegrierende Master
- Mainzer Studienmodell
- Staatliche Hochschule
- Über 45 Jahre Erfahrung
im Teilzeitstudium

hs-mz.de/kooperationspartner

