

Report

Wirtschaftsmagazin der Region Rheinhausen Oktober | November | Dezember 2025

Handel

Bildungsminister
bei IHK-Voll-
versammlung

Seite 28

Abschiedsinterview
mit IHK-Vize-
präsident Faber

Seite 32



GLASFASER FÜR IHR BUSINESS

www.mainzer-breitband.de



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



Foto: Alexander Sell



Der Handel braucht Rückenwind

Sehr geehrte Unternehmerinnen und Unternehmer,

zum Jahresende schließt der Kinderladen Wirth – nach hundert Jahren. Zur selben Zeit verabschiedet sich „Listmann – das Traditionsgeschäft für Kreative“ aus der Mainzer Innenstadt – nach 136 Jahren Unternehmensgeschichte. Diese Nachrichten haben in unserer Region große Betroffenheit ausgelöst. Mit dem Aus für diese Mainzer Traditionsgeschäfte endet nicht nur eine Ära. Dadurch wird auch deutlich, wie tiefgreifend die Herausforderungen für den Einzelhandel geworden sind: Wandel im Konsumverhalten, Online-Konkurrenz, fehlende Nachfolge, Baustellen und eine Bürokratie, die den Mut zum Unternehmertum immer wieder auf die Probe stellt.

Und doch: Es gibt Zukunft für unsere Innenstädte. Wer durch Rheinhessen geht, sieht Initiativen, kreative Formate und engagierte Händler, die zeigen, was möglich ist – wenn Rahmen, Angebot und Frequenz stimmen. Auch unser IHK-Handelsausschuss setzt hier auf vielen Ebenen einiges in Bewegung. Unsere Titelgeschichte zeigt: Die Verantwortung für vitale Handelsstandorte liegt auf mehreren Schultern – bei den Händlerinnen und Händlern, die sich konsequent digital und konzeptionell weiterentwickeln müssen. Bei den Kundinnen und

Kunden, deren Kaufentscheidung über das Angebot vor Ort mitentscheidet. Und nicht zuletzt bei der Politik, die dringend bessere Rahmenbedingungen schaffen muss.

Gerade in der Gesetzgebung sehen wir erheblichen Nachbesserungsbedarf. Der jüngst beschlossene Entwurf zum Ladenöffnungsgesetz ist zwar ein Schritt – aber ein zu kurzer. Wir brauchen mehr Flexibilität, nicht neue Unsicherheiten. Ein modernes Ladenöffnungsgesetz muss Bürokratie abbauen und nicht neue schaffen. Und es braucht ein deutliches Signal: Ein verkaufsoffener Sonntag im Advent – gesetzlich verankert – wäre ein echtes Bekenntnis zur Innenstadt.

Der Einzelhandel ist kein Auslaufmodell – er ist ein Ort der Begegnung, der Identifikation, der Vielfalt. Damit er Zukunft hat, müssen wir alte Denkmuster ablegen. Und alle gemeinsam etwas dafür tun.

Herzlichst,

Dr. Marcus Walden

PRÄSIDENT DER IHK FÜR RHEINHESSEN



◀ 16 Online-Konkurrenz und Kundenverhalten, Infrastruktur und Bürokratie: Der stationäre Einzelhandel hat es wahrlich nicht leicht. Und findet doch, allen Unkenrufen zum Trotz, immer wieder Wege, sich neu zu erfinden. Auch und erst recht in Rheinhessen.

Mit unternehmerischem Mut, Weitsicht und großem ehrenamtlichen Engagement hat Karl-Wilhelm Faber jahrzehntelang den Wirtschaftsstandort Rheinhessen mitgeprägt: ein Interview anlässlich seines Abschieds als IHK-Vizepräsident für die Region Bingen-Ingelheim-Alzey.

32



Menschen & Unternehmen

- 4 SCHOTT MUSIC Als Mainzer Beethoven nach China brachten
- 6 PROCENT Finanzdienstleistungen auch für Mittelständler
- 6 RYZE Mainzer Marketingagentur will weiter kräftig wachsen
- 6 DIE FINANZEXPERTEN MAINZ Tipps zur Geldanlage
- 6 MEENZER MANUFAKTUR Startup für die gemeinsame Vermarktung lokaler Produkte
- 7 VOLKSBANK ALZEY-WORMS Genossenschaftsbank feiert Jubiläum
- 7 SOLVENTIS Mainzer Finanzinvestor unterstützt den Mittelstand
- 8 WIRTH Kinderladen schließt nach genau 100 Jahren
- 10 ROWE „Nachfolge hat keinen Stichtag“

Standortpolitik

- 12 „Ideale Voraussetzungen für Innovation und Vernetzung“
- 13 Forderungspapier der IHK-Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz zur Landtagswahl 2026
- 14 Rheinhessens Wirtschaft gerät weiter unter Druck
- 15 Wachsende Reiseregion braucht mehr Hotelbetten

Titel

- 16 Rheinhessens Rezepte für lebendige Innenstädte
- 19 Das sagt der Experte: Interview mit Prof. Jörg Funder
- 20 Heimat shoppen: „Schau, was es alles gibt“
- 22 Ladencheck: „Es beginnt mit der Fassade“
- 24 Handelsdialog: „Im Internet suchen, im Laden kaufen“

IHK

- 28 IHK-Vollversammlung: „Wir dürfen es uns nicht leisten, Potenziale zu übersehen“
- 30 Business Women bei DB Cargo: „Wir brauchen Sichtbarkeit“
- 31 Zwei neue IHK-Sachverständige vereidigt
- 32 „Geht nicht, gibt's nicht“: Interview mit Karl-Wilhelm Faber
- 34 „Rheinhessen hat gezeigt, was Zusammenhalt bewirken kann“: Interview mit Peter Hähner
- 35 „Das erweitert den Horizont“: Interview mit Lisa Haus



Bei der jüngsten Sitzung der IHK-Vollversammlung stand das Thema Bildung im Fokus: Bildungsminister Sven Teuber war zu Gast im „Parlament der Wirtschaft“, das diesmal nicht in der IHK, sondern bei der in.betrieb gGmbH zu Gast war.

28

Unternehmensgründung & Unternehmensförderung

- 36 Gründungswochen Mainz & Worms: „Wer gründen will, kommt nicht daran vorbei“
- 38 nextxt-change Unternehmensbörse

Aus- und Weiterbildung

- 39 Rückblick BIM: Tausende Jugendliche nutzten Sprungbrett für Berufseinstieg
- 41 Ausblick Tag der Technik: Technik ganz praktisch
- 43 Fachkräftereport 2025: Digitale Strategien als Schlüssel zur Fachkräftesicherung
- 44 Azubi-Star: Einsatz, der Eindruck macht

Innovation und Umwelt

- 45 Biodiversität ist Trumpf

International

- 46 Expertenkreis Zoll: „Ruhe bewahren“
- 47 IHK-Termine International
- 47 11. Deutsch-Amerikanischer Wirtschaftstag in Mainz

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 Rheinhausen
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

A & E WIRTH Der Kinderladen GmbH & Co. KG (10,11), blumen-lounge by BM GmbH (20,21,22,23), Crateflow GmbH (12), DB Cargo Aktiengesellschaft (30,31), 8devs GmbH (12), Die Finanzexperten Mainz (6), Die Holzwerkstatt Lothar Röllecke (44), Digital Hub Worms (36,37), Digital Hub Worms e.V. (12), DIHK Service GmbH (45), DRK-Berufsbildungswerk Worms (41,42), Enders Bad (44), EWR Aktiengesellschaft (20,21,22,23), EWR Climate Connection GmbH (12), Felz Karosserie & Lack (44), Hochschule Worms (36,37), HRZlich GmbH (12), IIHD Institut für Internationales Handels- & Distributionsmanagement GmbH (19), in.betrieb gGmbH (28,29), Industrie-Institut für Lehre und Weiterbildung Mainz eG (41,42), Jacob Trendstore (20,21,22,23), Jordans Untermühle GmbH (44), Klaus Wächter (36,37), Landesbank Baden-Württemberg (34), Lindwurm gBR (12), mainzplus CITYMARKETING GmbH (15,39,40), Meenzer Manufaktur UG (6), Musik Factory GmbH (4,5), Nina Behringer (36,37), Powerprozesse GmbH (12), proEent GmbH & Co. KG (6), Rheinhausen-Touristik GmbH (15), Juwelier Willenberg (16,17,18), ROWE MINERALÖLWERK GMBH (8,9,46,47), RYZE Digital Holding GmbH (6), Schott AG (44), shapefruit AG (24,25), IFH KÖLN GmbH (24,25), Solventis AG (7), Sozialverband VdK (30,31), SWR (44), Vital-Held Eise und Stuckert GbR (20,21,22,23), Vivi Boutique (20,21,22,23), Volksbank Alzey-Worms eG (7), Weber Kurt Uhren – Schmuck (20,21,22,23), Wilhelm Faber GmbH (32,33)

Als Mainzer Beethoven nach China brachten

Music Factory, so nennt sich seit 50 Jahren auch die Reihe für Popular- und Unterhaltungsmusik im Mainzer Musik- und Musikbuchverlag Schott Music. Die Sparte feiert Jubiläum – mit vielen Anekdoten

Peter Hanser-Strecker kramt in der Erinnerung, und er muss nicht lange kramen. 25. Februar 1972, Beginn 20 Uhr. „Music Factory“ nennt sich das Konzert im Kurfürstlichen Schloss zu Mainz. 1.700 Besucher, „das war schon jenseits der feuerpolizeilichen Gestattung. In der Pause gab es Freibier. Das war der Anfang.“

Hanser-Strecker, promovierter Jurist und Musikwissenschaftler, wurde 1974 Teil der Geschäftsführung des Verlags und 1983 ihr Vorsitzender. Da hatte er die neue Abteilung für Unterhaltungsmusik und Schallplatten schon aufgebaut. Einst hatte der 1770 gegründete Verlag die Noten von Wagner und Strawinsky herausgebracht. Mit der Reihe Music Factory wurden auch Titel, die man in den Hitparaden finden konnte, zum Lernen und Nachspielen zugänglich gemacht.

„Easy Charts“, Band 10, und „Top 100 Hit Collection“, Nummer 64, stehen ganz oben im Webshop der Music-Factory-Reihe. Damals, 1972, brachte Schott Schallplatten des Rock-Konzerts im Schloss heraus – und verkaufte nicht allzu viele davon. Pell Mell, Agitation Free oder New World hießen die Bands. „Einige der Gruppen haben wir noch ein paar Jahre betreut, aber schnell festgestellt, dass das nicht unser Gebiet ist“, erzählt Hanser-Strecker, „wir haben uns darauf konzentriert, die Titel verlegerisch zu betreuen, aber die Konzerte nicht weiter zu forcieren.“

Adriano Celentano und Gianna Nannini zählten zu den Künstlern

Von Mainz aus war man damals auch am Festival des italienischen „Sugar Music“-Labels beteiligt, das in Sanremo stattfindet – der älteste Popmusikwettbewerb Europas und eine Inspiration für den Euro-



Peter Hanser-Strecker

vision Song Contest. Adriano Celentano und, noch unter anderem Namen, Gianna Nannini zählten zu den prominentesten Künstlern. Auch vom Eurofolkfestival in Ingelheim, das seinerzeit entstanden war, brachte Schott Platten heraus. „Das war eine sehr schöne Zeit, man hat damals frei gecamp“, erzählt Hanser-Strecker.

Hätten all diese Projekte des jungen, tatkräftigen Musikverlegers in spe Erfolg gehabt, Schott Music hätte noch ein paar weitere Wege eingeschlagen. An Ambitionen fehlte es nicht, die „The Factory“-Studios Andy Warhols waren die Ideengeber des Spartenamens. Was blieb, waren Notenbücher zu einzelnen Hits bis hin zum Gesamtwerk von Musikgruppen. Und Kol-

lektionen, quasi die Bravo Hits zum Nachspielen. Unheilig, Alex Clare, Katy Perry oder Loreen heißen Acts, die in der Hit Collection, Folge 64, enthalten sind. „Sammelbände und leichte Schulen für populäre und etwas unbekanntere Instrumenten“ nennt der Verlag das.

Schon damals, erinnert sich Hanser-Strecker, brachten Tonträger weitaus weniger Geld ein als erhofft. Ein Problem, vor dem die Künstler und Verlage heute erst recht stehen. Bei der Music Factory sind es die Noten, die auch wirtschaftlich die Musik machen. „Wir haben die E-Orgel als eine der wichtigsten Verkaufsplattformen aufgebaut“, erinnert sich der frühere Verlagschef und aktuelle Vorstandsvorsitzende der

Fotos: Schott

PRO€ENT Finanzdienstleistungen auch für Mittelständler

Foto: Pro€ent



Das Finanzdienstleistungsbüro pro€ent GmbH & Co KG aus Ingelheim feiert 25-Jähriges. Seit einem Vierteljahrhundert bieten die beiden Mitgründer Kurt Höhn und Cosmas Dengler Dienstleistungen in den Bereichen Immobilienfi-

nanzierung, Versicherungen, Investmentanlagen und Baufinanzierung an. Neben dem Privatkundensegment werden auch kleinere und mittlere Gewerbebetriebe betreut. „Ihnen können wir Versicherungslösungen und betriebliche Altersvorsorge anbieten“, sagt Höhn. „Die Unternehmen haben dann alles in einer Hand, mit laufender Betreuung der Produkte.“

Pro€ent beschäftigt zwei Angestellte und findet seine neuen Kunden auf Empfehlungsbasis. Vertrauen und Kompetenz seien in der Finanzberatung besonders wichtig. Das Unternehmen setzt auf ein stetig wachsendes Portfolio an Finanzdienstleistungen sowie auf individuelle Beratung und will die Digitalisierung vorantreiben. „So können wir noch effizienter arbeiten, und für unsere Kunden bleibt weniger Papierkram“, sagt Höhn, „wir alle haben ja mit regulatorischen Dingen ohnehin genug zu tun.“

RYZE Mainzer Marketingagentur will weiter kräftig wachsen

Bei den Werbe- und Marketingagenturen findet aktuell eine Marktkonzentration statt. Das zeigte sich auch bei der Feier zum 25. Jubiläum der Ryze Digital Holding in Mainz. Die ist in ihrer aktuellen Konstellation nämlich viel jünger. „Wir sind aus mehreren inhabergeführten Agenturen entstanden“, sagt CEO Philipp Mann, der vor einem Vierteljahrhundert die Agentur MPM gegründet hatte. Rund 200 Mitarbeiter kümmern sich von Mainz, Darmstadt und Düsseldorf aus um Unternehmenskommunikation und digitale Kommunikation. Zudem ist das Digitalgeschäft der Verlagsgruppe VRM integriert, dessen Nachrichtenportale Ryze gebaut hat. Webseiten, Plattformen, Onlineshops und Apps („Alles, was Unternehmen brauchen, um nach außen zu kommunizieren“) werden vorrangig für große Mittelständler und Konzerne erstellt, digitales Marketing und Werbung gemanagt. Bis zum Jahr 2031 will sich das Unternehmen auf 35 Millionen Euro Umsatz annähernd verdoppeln.

DIE FINANZEXPERTEN MAINZ Tipps für Unternehmen zur Geldanlage

Seit 20 Jahren beraten die Finanzexperten Mainz Privatpersonen und Unternehmen bei Geldanlagen, Risikomanagement und Ruhestandsplanung. „Die Idee bei der Gründung war, Finanzberatung für Akademiker und Selbstständige anzubieten“, berichtet Diplom-Kaufmann Bernd Hinrichs. „Wir haben keine eigenen Produkte, sondern sind reine Makler“, fügt Herr Diplom-Ingenieur Peter Rödger hinzu. Gut die Hälfte der 600 Kunden, die vor allem aus dem Rhein-Main-Gebiet stammen, sind Unternehmen, die kurz- und mittelfristig nicht benötigte, freie Mittel investieren wollen.

„Gesellschafter-Geschäftsführer können Gewinne aus dem Unternehmen im Unternehmen belassen und hier anlegen, ohne zusätzliche Einkommenssteuer auf privater Ebene zu zahlen“, erläutert Diplom-Kaufmann Thomas Grimm. „Eine Rückführung ins Privatvermögen kann im Alter steueroptimiert über eine betriebliche Altersvorsorge erfolgen. Nicht benötigte Vermögen können weitgehend steuerfrei an die nächste Generation übertragen werden. Wenn Anlagen für die betriebliche Liquidität getätigt werden, können kurz laufende Staats- und Unternehmensanleihen mit wenig Zinsänderungsrisiko gewählt werden, die in der Regel höhere Verzinsung bringen als Tagesgelder bei Banken.“

MEENZER MANUFAKTUR Startup für die gemeinsame Vermarktung lokaler Produkte

Die vielen einzelnen Hersteller und Anbieter lokaler Mainzer Produkte unter einem Marken-Dach vereinen und neue Produktideen entwickeln will Christopher Prätsch in der Meenzer Manufaktur. Los ging es Ende 2023 mit Gewürzen. Inzwischen zählen auch Fleischwurst in der Dose, Soßen, rheinhessisches Pesto und Öle oder Postkarten



zum Sortiment. Eine vierstellige Anzahl an Produkten vermarktet das Startup nach eigenen Angaben pro Monat, auf dem Wochenmarkt, in Feinkostläden und Geschäften wie Liebs, Kollektiv oder dem Mainz Store, Weingütern wie Wasem (Ingelheim) oder Gerharz-Hochthurn (Gau-Algesheim) sowie online. Der größte Umsatz entfällt mittlerweile auf den Einsatz der Waren als lokale Werbemittel, genutzt durch Verkehrsbetriebe, Hotels oder Unternehmen, mit der Eigenmarke oder dem Logo der Meenzer Manufaktur.

VOLKSBANK ALZEY-WORMS Genossenschaftsbank feiert Jubiläum

1860 wurde der erste „Vorschuss- und Creditverein“ in Worms gegründet. Der Grundgedanke: Die Mitglieder waren zugleich Träger und Kunden des Bankgeschäftes, indem sie Anteile erwarben und das Geld dafür in einen Topf einzahlten, aus dem sie sich gegenseitig Kredite gewähren konnten. 165 Jahre später feierte die Volksbank Alzey-Worms mit Niederlassung VR-Bank Mainz, hervorgegangen aus insgesamt 68 Volks- und Raiffeisenbanken, Jubiläum. Vorstandssprecher Tobias Schmitz definiert das Institut heute als „moderne Omnikanalbank“. Weitere Verschmelzungen sind aktuell nicht in konkreter Planung. Aktuell hält die Bank 24 personenbesetzte Filialen und 20 SB-Stellen in Rheinhessen und der Nordpfalz vor. 620 Mitarbeiter sind für über 66.000 Mitglieder zuständig. Die Bilanzsumme liegt bei über fünf Milliarden Euro, was die Volksbank Alzey-Worms zu einer der 50 größten Genossenschaftsbanken Deutschlands macht.



Foto: Volksbank Alzey-Worms



SOLVENTIS Mainzer Finanzinvestor unterstützt den Mittelstand

Los ging es mit Marktanalysen. „Mit dem Bereich Research sind wir gestartet“, blickt Vorstand Dennis Watz 25 Jahre zurück. Nun feiert die Solventis AG in Mainz Jubiläum – und hat die selbst gesammelten Erkenntnisse und das mit den Erhebungen verdiente Geld für zahlreiche Unternehmensbeteiligungen genutzt, die längst das Hauptgeschäft darstellen. Vor allem Mittelständler mit Sitz im Inland begleitet das Unternehmen in der Regel über mehrere Jahre. Sieben Mitarbeiter kümmern sich aktuell um rund drei Dutzend Beteiligungen unterschiedlichster Branchen, von Maschinenbau über Versicherungen und Banken bis zu Immobilien. Minderheitenbeteiligungen bei kleinen und mittleren Unternehmen, eher nicht bei Startups, stehen bei Solventis im Fokus. „Wir sind Finanzinvestor und kein strategischer Investor“, sagt Watz. Ziel ist, sich in den kommenden Jahren beim investierten Kapital zu verdoppeln.

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 | 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.



Fotos: Kinderladen Wirth

Kinderladen schließt nach genau 100 Jahren

Es sollte ein freudiges Jubiläumsjahr werden. Stattdessen ist nach genau 100 Jahren Schluss. Wirth, der Kinderladen am Mainzer Münsterplatz, schließt zum Jahresende für immer seine Türen. Die Hoffnung, einen Nachfolger zu finden, hat Geschäftsleiter Friedrich Demmler aufgegeben. Globale, nationale und lokale Gründe kommen zusammen.

1922, zu Zeiten der Hyperinflation, legt das Unternehmen Wirth & Rühle mit dem Bau eines zentral betriebenen Nähmaschinenbandes für die eigene Wäschefabrikation den Grundstein. 1925 erfolgt die Spezialisierung auf Kinderkleidung, samt eingetragener Schutzmarke. Vier Jahre später, in wahrhaft krisenreiche Zeiten hinein, gründen Andreas und Elisabeth Wirth den „Kinderladen“.

Margot Wirth und ihr Ehemann, der Fabrikantensohn Heinz Demmler, bauen das Geschäft nach Krieg und Zerstörung wieder auf – ab 1957 mit Spiel- und Textilwaren unter einem Dach in der Großen Bleiche. 1981 tritt Friedrich Demmler, damals 26 Jahre jung, die Nachfolge seines Vaters an, bald an der Seite seiner Frau Elke sowie seines Bruders Christoph mit Ehefrau Gabi Demmler, die das Gebäude aufstocken und erweitern.

„Ganze Generationen von Mainzern haben als Kinder mit leuchtenden Augen vor den Schaufenstern des ‚Kinderladens‘ gestanden“, fasst die Allgemeine Zeitung die Bedeutung des Geschäfts in Worte. Als dann auch der SWR berichtete, war der Laden plötzlich wieder rappellvoll, wie Friedrich Demmler erzählt. Seit Ende Oktober läuft der Ausverkauf mit gestaffelten Rabatten bis Weihnachten. „Es ist eine gewisse Hektik zu spüren, all die Gutscheine der letzten Jahre noch einzulösen“, muss Demmler schmunzeln.

Viele Gründe für die Schließung, viel Bedauern von allen Seiten

Natürlich ist die Trauer groß in dem Familienunternehmen. Demmler berichtet von vielen teilnahmevollen Reaktionen. Und war gerührt, dass die Kinder der Mainzer Feldbergschule Plakate für ihren Kinderladen

malten und sogar eine annähernd dreistellige Summe an Spendengeld sammelten. Die stockte Demmler auf und steckte sie in den Förderverein der Schule. Denn das Aus ist irreversibel, obgleich es noch Bemühungen gab, Nachfolger zu finden. Doch für eine Kette sei die Lage nicht attraktiv genug, und der Branche geht es generell nicht gut.

Die Pandemie gab einen gründlichen Knacks. Die Zwangsschließungen setzten den Geschäften wirtschaftlich schwer zu. Und das Kundenverhalten änderte sich, wie sich zeigen sollte, bleibend. Infrastrukturelle Erschwernisse locken immer weniger Einkaufswillige in die Innenstädte. Die Verlagerung in den Online-Handel wird noch verschärft durch asiatische Billiganbieter wie Temu, Shein oder AliExpress. Hinzu kommen die aktuellen Unsicherheiten durch Krieg und Wirtschaftsflaute.

Und dann die Baustellen vor der eigenen Haustür, eine zehnjährige Leidenszeit mit einem ganzen Reigen an Maßnahmen in unmittelbarer Umgebung, wegfallenden Parkplätzen, sich immer wieder ändernden Verkehrswegen und, wie viele Unternehmen beklagen, lückenhafter Kommunikation gegenüber den potenziellen Kunden. Im Verbund mit dem Wegfall der Ladezone vor der Haustür waren die aktuellen Baustellen an Binger Straße und Münsterplatz „das I-Tüpfelchen“, sagt Demmler. Und kritisiert „die Lethargie der Stadt Mainz“.

Drei Stunden kostenloses Parken für Kunden der betroffenen Geschäfte in den städtischen Parkhäusern habe der Unternehmer schon vor fünf Jahren vorgeschlagen, um weiterhin Auswärtige – die unerlässlich sind für ein gelingendes Geschäft – in die Stadt zu locken. „Aber es heißt ja, die Autos sollen nicht mehr in die Innenstadt kommen. Wie naiv kann man sein, zu glauben, dass Oma

und Opa mit Enkeln und Einkaufstüten in den Bus steigen?“

Vor diesem finalen Schlag sorgte der Rückzug von Lieferanten dafür, dass das Sortiment schrittweise von über 50.000 auf 20.000 Artikel schrumpfte. Gleichwohl: „Ohne einen logistischen Background lässt sich ein solch großes Geschäft nicht mehr betreiben“, sagt Demmler. An die 60 Vollzeitstellen gab es einst, gut die Hälfte waren es zuletzt, ehe nun ein knappes Dutzend die letzten Monate zu Ende bringen soll. „Zum 31. Dezember machen wir zu“, sagt Demmler. Es ist, zu einem traurigen Jubiläum, das Ende einer Ära.

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST



Umzüge weltweit
Höhne-Grass GmbH



✓ **Firmenumzüge**

✓ **Privatumzüge**

✓ **Lagerung/Selfstorage**

✓ **TÜV-zertifiziert**

Folgen Sie uns auf Social Media:



Mit uns umziehen, CO₂ ausgleichen und die Umwelt schonen!



Günther Höhne Inh. Josef Grass Nachf. GmbH

Johannes-Kepler-Straße 16 ■ 55129 Mainz ☎ Tel.: 06131-95 98 80

➔ www.hoehne-umzug.de ➔ www.sb-lagerhaus.de

Jetzt mehr erfahren unter:

www.hoehne-umzug.de

„Nachfolge hat keinen Stichtag“

Seit 30 Jahren gibt es die Wormser Rowe Mineralölwerk GmbH. Seit vorigem Jahr hat Dr. Alexandra Kohlmann in zweiter Generation die Leitung des Familienunternehmens von ihrem Vater Michael Zehe übernommen – nach lange geplanter und geduldig umgesetzter Übergabephase. Darauf war die Betriebswirtin gleich doppelt vorbereitet – als Gründer-Tochter und nach ihrer Promotion zum Thema Unternehmensnachfolge in Familienunternehmen.

Fotos: Rowe/Thomas Häfner



IHK-Hauptgeschäftsführerin Karina Szwede und IHK-Geschäftsführerin Nina Macher gratulieren Alexandra Kohlmann und Michael Zehe zum 30-jährigen Unternehmensjubiläum.

„Ich habe für den eigenen Ernstfall geprobt“, muss Kohlmann schmunzeln. Im Rahmen ihrer wissenschaftlichen Tätigkeit konnte sie nachvollziehen, woran es so oft bei Betriebsübergaben hapert. „Die Inhaber machen sich oft zu spät Gedanken, haben mit dem Loslassen Schwierigkeiten“, hat sie beobachtet. „Ein Unternehmen gegründet zu haben, hat wohl einen ähnlichen psychologischen Effekt wie Kinder zu haben. Und die Auseinandersetzung mit dem Ende der beruflichen Laufbahn beinhaltet auch, sich mit Alter und Lebensende zu befassen. Das macht nicht jeder gern.“

Zudem hätten Unternehmer oft ein „Macher- und Schaffer-Gen“ und sähen in ihrem Unternehmen den einzigen Lebensinhalt. „Daher ist es besonders wichtig, einen Plan zu haben, was man danach macht.“

An ihrem Vater sieht sie das – er lebt eine weitere Leidenschaft nun auf dem eigenen Weingut daheim in Flörsheim-Dalsheim aus, kümmert sich um das unternehmensinterne Nischen-Thema kommunale Wasseraufbereitung und wirkt in einem von Externen besetzten Beirat mit. Der operative Rückzug ist ein vollständiger, wie seine Tochter versichert.

Die Rowe-Gruppe umfasst zwölf Unternehmen und beschäftigt 300 Mitarbeiter in Deutschland und 50 weitere weltweit. Produktionsstandorte im Inland sind Worms und Bubenheim, die internationalen Vertriebsgesellschaften sitzen in Hackensack (USA), Peking (China), Kempton Park (Südafrika), Bukarest (Rumänien) und Sofia (Bulgarien). Rowe setzte voriges Jahr 155 Millionen Euro um. „Der Schmierstoff-Bedarf in Deutsch-

land liegt bei 928 Millionen Litern pro Jahr“, teilt das Unternehmen mit, „Rowe produziert 46 Millionen Liter. Jedes zehnte Auto in Deutschland fährt mit Rowe-Schmierstoffen.“ Damit zähle man zu den Top-Fünf der Hersteller im Inland.

Eigenes Motorsportteam für Rowe am Start

Hochwertige Schmierstoffe und Kühlmittel „Made in Germany“ sind das Markencredo. Das Sortiment umfasst konventionelle und nachhaltige Motoren-, Getriebe- und Hydrauliköle, Industrieschmierstoffe, Kraftstoffadditive sowie Kühler- und Scheibenfrostschutz. Die Produkte sind in über 80 Ländern verfügbar. Die Unternehmensgruppe ist auch in den Bereichen Maschinenbau, Abwasser aufbereitung und Motorsport tätig. Neben der Sportförderung steht mit Rowe Racing ein eigenes Motorsportteam vor allem im Bereich Endurance Racing.

Mit ihrer Amtsübernahme hat Kohlmann eine neue Strategie für 2034 ausgerufen. „Profitables Wachstum entlang des Kerngeschäfts“ lautet die Marschroute. Mobilität wird immer facettenreicher, das Produktportfolio soll mitziehen, andere Märkte erschließen und auch internationales Wachstum ermöglichen. Zudem soll das Dienstleistungsgeschäft gestärkt werden. „Und mir ist ein nachhaltiges Produktportfolio wichtig.“ Klimaneutralität in der Produktion ist ein Ziel, mit klar definiertem Zeitpunkt.

Die Führung hat Kohlmann gemeinsam mit Stefan Wermter als Doppelspitze übernommen, mit klar abgegrenzten Zuständigkeiten. Schon 2016 ist sie in die Geschäftsleitung eingestiegen, acht Jahre

lang waren Vater und Tochter gemeinsame Geschäftsführer. Sie rief in dieser Zeit mit der Rechts- und Personalabteilungen eigene, neue Bereiche ins Leben. Zudem war lange abgesprochen, dass Kohlmanns Beitritt zur Unternehmensleitung mit einem Erweiterungsschritt einher ging. So war direkt eigener Gestaltungsspielraum für die Zukunft da.

Auch Wermter ist seit mehr als zwei Jahrzehnten an Bord, die Staffelübergabe also eine vollständig interne. Als 28-Jähriger eingestiegen, arbeitete er sich nach einer kaufmännischen Ausbildung vom Vertriebsmitarbeiter über den nebenberuflichen Fachwirt zum Bereichsleiter Produktmanagement, Geschäftsleiter und Prokurist hoch. Ein Musterbeispiel, was duale Ausbildung und durchlässiges Bildungssystem alles ermöglichen.

Sogar in der Familie des Rowe-Gründers wurde während der Übergabe von Zeit zu Zeit ein externer Mediator hinzugezogen. Coaches und Berater seien für solche Prozesse essenziell, sagt Kohlmann. Frühzeitig



überhaupt über das Thema zu sprechen, ist vielfach ein großes Hemmnis, und die Kommunikation ist oft konfliktbehaftet. „Dabei ist diese Kommunikation essenziell. Man muss das Mindset verändern. Nachfolge hat keinen Stichtag, sondern ist ein fortwährender Prozess. Man sollte in der Unternehmerfamilie offen und ohne Druck darüber sprechen.“

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST

Bringen Sie Ihr **Leasing** einen Schritt weiter.

Als Ihr Leasing- und Mobilitätspartner ist Ayvens bei jedem Schritt für Sie da.



Better with every move.

Ayvens ist eine Marke der ALD AutoLeasing D GmbH, Nedderfeld 95, 22529 Hamburg.

ayvens
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE GROUP



„Ideale Voraussetzungen für Innovation und Vernetzung“

Nach der feierlichen Eröffnung im Sommer ist das Wormser Dienstleistungszentrum der IHK für Rheinhessen gut am neuen Standort im Business Campus angekommen.

Der Einzug in das moderne Gebäude am Adenauerring 1 in Worms markiert einen Meilenstein für die Arbeit der Industrie- und Handelskammer in der Region. „Der neue Standort bietet uns nicht nur moderne Arbeitsbedingungen und eine zeitgemäße Infrastruktur, sondern steht auch symbolisch für Offenheit, Serviceorientierung und Zukunftsfähigkeit“, betont IHK-Vizepräsident Michael Kundel. „Mit der direkten Nachbarschaft zum Digital Hub schaffen wir ideale Voraussetzungen für Innovation, Vernetzung und die Unterstützung junger Unternehmen.“ Der Business Campus Worms vereint unter einem Dach unterschiedliche Akteure aus Wirtschaft und Gründerszene. Die zentrale Lage und die gute Erreichbarkeit sollen den Austausch mit Mitgliedsunternehmen, Gründerinnen und Gründern sowie Partnerinstitutionen erleichtern.

„Mit dem neuen Standort in Worms sind wir noch näher an unseren Mitgliedsunternehmen“, sagt Nina Macher, Geschäftsführerin des IHK-Dienstleistungszentrums Worms. „Das ist ein klares Signal für die Wirtschaftsförderung in Rheinhessen – und ein starkes Bekenntnis zu Worms als attraktiven Wirtschafts- und Gründerstandort.“ Eigentümerin des modernisierten, denkmalgeschütz-

ten Gebäudes ist die TIMBRA Immobilien GmbH, ein Teil der TIMBRA Group – unter dem Dach des Business Campus Worms bringt sie neben dem IHK-Dienstleistungszentrum auch den Digital Hub Worms mit den Startups 8devs GmbH, Lindwurm GbR, Crateflow GmbH, HRzlich GmbH und Powerprozesse GmbH zusammen, ebenso wie die EWR Climate Connection, den MINTeiner Worms e.V., die Kanzlei Björn Rechel, die BM Group-Finanz, die MavieOne und das Stadtmarketing Nibelungengastadt Worms e.V.

Bei der Eröffnung des Business Campus Worms hatte Wirtschaftsministerin Daniela Schmitt betont: „Der Digital Hub Worms ist ein gutes Beispiel dafür, wie regionale Netzwerke und Unternehmen gemeinsam neue Strukturen schaffen.“ Der Digital Hub Worms wurde 2022 gegründet und zählt derzeit 33 Mitglieder, unterstützt sieben Start-ups. Träger sind neben lokalen Unternehmen auch die Stadt Worms, die Industrie- und Handelskammer für Rheinhessen sowie Sparkasse und Volksbank. Das Dienstleistungszentrum der Industrie- und Handelskammer in Worms ist einer von drei Standorten der IHK für Rheinhessen, neben dem Hauptsitz am Schillerplatz in Mainz und dem Dienstleistungszentrum Bingen.



Forderungspapier der IHK-Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz zur Landtagswahl 2026

Eine starke Wirtschaft ist die Grundlage für sichere Arbeitsplätze und ein starkes Rheinland-Pfalz. Derzeit befindet sich die rheinland-pfälzische Wirtschaft im dritten Jahr einer Rezession, die von Investitionszurückhaltung geprägt ist. Die neue Landesregierung ist aufgefordert, ihr Arbeitsprogramm konsequent darauf auszurichten. Die IHK-Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz stellt dazu ihr Positionspapier zur Landtagswahl 2026 vor.

Die Industrie- und Handelskammern rufen alle Akteure auf, daran mitzuwirken, dass der Wirtschaftsstandort Rheinland-Pfalz wieder mit exzellenten Rahmenbedingungen glänzen kann. Neue und bestehende Landesgesetze und -verordnungen sind dementsprechend auf den Prüfstand zu stellen. Das Verwaltungshandeln ist möglichst digitalisiert und wirtschaftsfreundlich auszurichten. Mit dem vom Bund in Aussicht gestellten sogenannten „Sondervermögen“ besteht eine große Chance, in der nächsten Legislatur wichtige Infrastrukturprojekte mit zusätzlichen Finanzmitteln auf den Weg zu bringen. Die einzelnen Forderungen sind:

1. Bürokratie zurückbauen und auf Wirtschaftssachverstand vertrauen

Rheinland-Pfalz soll seine Bauordnung an die Musterbauordnung anpassen, um Genehmigungen zu beschleunigen und Standards zu vereinheitlichen. Unternehmensnachfolgen müssen durch Bestandschutz, Karenzzeiten und Bürokratieabbau erleichtert werden. Das Landesklimaschutzgesetz ist abzuschaffen, da es Doppelregulierungen schafft und die Wettbewerbsfähigkeit gefährdet. Ein verpflichtender Praxis- und Digitalcheck soll neue Vorschriften auf Praxistauglichkeit prüfen, ein Normenkontrollrat deren Aufwand bewerten. Reformen des Ladenöffnungsgesetzes sollen Innovationen und Nahversorgung fördern, verkaufsoffene Sonntage vereinfachen und vollautomatisierte Läden ermöglichen. Die Erlaubnispflicht in der Gastronomie sollte durch Anzeigepflicht ersetzt werden. Unternehmen müssen stärker in den Zivilschutz eingebunden werden. Der Erwerb von Gewerbeimmobilien sollte steuerlich gefördert werden. Fachkräfteeinwanderung erfordert digitale, transparente Verfahren und verlässliche Abläufe.

2. Öffentliche Verwaltung digitalisieren und Kräfte bündeln

Genehmigungsverfahren sollen zentralisiert und beschleunigt werden. Ein Moratorium soll steigende Standards kommunaler Leistungen begrenzen. Unternehmensgründungen und -nachfolgen sollen vollständig digital über ein landesweites Portal möglich sein. Eine zentrale Informationsstelle für Startups soll IHKs und Digital Hubs einbinden. Das Open-Data-Gesetz muss auf Kommunen ausgeweitet werden, um neue Geschäftsmodelle zu fördern. Die Außen-

wirtschaftsförderung soll gezielt und ohne Doppelstrukturen neue Märkte erschließen.

3. Verkehrsinfrastruktur und Energienetze besser erhalten und schneller ausbauen

Das Landesentwicklungsprogramm (LEP 5) muss rasch verabschiedet und auf Transformationsanforderungen ausgerichtet werden. Investitionen in Straßen, Brücken und Ladeinfrastruktur sind zu erhöhen. Rheinland-Pfalz soll klimaneutral werden, ohne wirtschaftliche Nachteile. Dazu braucht es flexible Energienetze, Wasserstoffausbau, Speicherstrategien und Nutzung regionaler Potenziale wie Geothermie. Mehr Gewerbe- und Industrieflächen sind im LEP 5 auszuweisen.

4. Öffentliche Haushalte sanieren, Kommunalstruktur reformieren, Investitionen erhöhen

Das Land muss das Konnexitätsprinzip einhalten und kommunale Sondersteuern wie Betten- und Verpackungssteuer abschaffen. Gesplittete Hebesätze bei der Grundsteuer B sollen zurückgenommen werden. Förderprogramme müssen einfacher zugänglich sein. Interkommunale Zusammenarbeit und Gebietsreformen sollen Synergien heben und Verwaltung effizienter machen. Der Landeshaushalt braucht mehr Investitionen in Infrastruktur statt Rücklagenbildung.

5. Fachkräftesicherung durch Aus-, Weiterbildung und Zuwanderung meistern

Das Land soll Grundkompetenzen und Ausbildungsreife von Schulabgängern stärken, Lehrer fortbilden und Sprachförderung ausbauen. Die IHK-Welcome Center sollen als Marke gestärkt werden, um Fachkräfte zu gewinnen. Ausbau der Kinderbetreuung erhöht Erwerbsbeteiligung. Weiterbildung muss finanziell unterstützt, Studienzweiflern alternative Wege eröffnet und ökonomische Bildung verbindlich in Studiengängen verankert werden.

Das komplette Positionspapier der IHK-Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz zur Landtagswahl 2026 findet sich unter



ihk-rlp.de/landtagswahl2026

Rhein Hessens Wirtschaft gerät weiter unter Druck

Deutschlands Wachstumsschwäche spiegelt sich zunehmend auch in Rheinhessen wider. Der Abwärtstrend der rheinhessischen Wirtschaft setzt sich fort, wie die aktuelle Konjunkturmfrage der Industrie- und Handelskammer für Rheinhessen zum Herbst verdeutlicht.

Der Konjunkturindex – ein wichtiger Gradmesser für die wirtschaftliche Entwicklung – liegt derzeit bei 92 Punkten und damit weiterhin unter der Wachstumsschwelle von 100 Punkten. Während sich das Dienstleistungsgewerbe positiv entwickelt, geraten Industrie und Handel zunehmend unter Druck. „Die Rückgänge in Industrie und Handel sind alarmierend“, macht IHK-Präsident Dr. Marcus Walden deutlich. „Sie zeigen, dass der angekündigte Bürokratieabbau und die Beschleunigung von Genehmigungsverfahren endlich in der Wirtschaft ankommen müssen. Unsere Unternehmen leisten Tag für Tag enorm viel – sie investieren, schaffen Arbeitsplätze und halten durch. Sie brauchen auch vor Ort eine spürbare Veränderung der Rahmenbedingungen. Kommunalfinanzen und Verwaltungsalltag müssen grundsätzlich neu aufgestellt werden, um wieder Aufwind in unsere Wirtschaftsregion zu bringen.“

Geschäftslage neutral, Erwartungen pessimistisch

So stehen die rheinhessischen Unternehmen der IHK-Umfrage zufolge an einem Kipppunkt. Die Geschäftslage wird von 21 Prozent positiv, 57 Prozent befriedigend und von 22 Prozent der Betriebe negativ beschrieben. Für die kommenden zwölf Monate bleiben die Geschäftserwartungen pessimistisch: 27 Prozent rechnen mit einer schlechteren Geschäftslage, 60 Prozent mit einer konstanten Entwicklung, während nur 13 Prozent positiv in die Zukunft blicken. Diese Entwicklung spiegelt sich in den Investitionsabsichten und der Personalplanung wider. Zwar gibt ein Fünftel der rheinhessischen Unternehmen an, im nächsten Jahr mehr zu investieren. Demgegenüber steht knapp ein Drittel der Betriebe, die planen, Investitionen

zu kürzen. Auch mit Blick auf die Beschäftigung schlägt das Pendel zunehmend negativ aus: 28 Prozent der Betriebe rechnen damit, Stellen abbauen zu müssen, während nur noch 12 Prozent planen, zusätzliche Mitarbeiter einzustellen.

Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen sind weiterhin größtes Risiko

Dabei stehen die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen auch weiterhin ganz oben auf der Liste der Geschäftsrisiken: Die meisten Unternehmen, 65 Prozent, sehen hier die größte Herausforderung für ihre Entwicklung. 55 Prozent der Unternehmen nennen den Inlandsabsatz als Geschäftsrisiko, 52 Prozent die Arbeitskosten, 44 Prozent den Fachkräftemangel und 36 Prozent die Energie- und Rohstoffpreise. Die weiter rückläufige Wirtschaftsentwicklung in Rheinhessen ist allerdings nicht allein auf geopolitische Verwerfungen und konjunkturelle Sondereffekte zurückzuführen. „Die Wirtschaft hat keine Zeit für eine Findungsphase der Bundesregierung“, stellt Karina Szweide, Hauptgeschäftsführerin der IHK für Rheinhessen, klar. „Die Geschwindigkeit und Konsequenz des Regierungshandelns muss sich den volkswirtschaftlichen Realitäten anpassen.“

Im Rahmen der repräsentativen IHK-Konjunkturmfrage zum Herbst 2025 wurden insgesamt 747 Unternehmen aller Größen und Branchen in Rheinhessen befragt. Die komplette Umfrage samt Einblicken in die Entwicklung der unterschiedlichen Branchen findet sich unter



ihk.de/rheinhausen/konjunktur

Wachsende Reiseregion braucht mehr Hotelbetten

Enormes touristisches Potenzial, aber zu wenig passende Hotels. Das ist das zentrale Ergebnis der neuen Hotelmarktanalyse für Rheinhessen, welche die IHK für Rheinhessen gemeinsam mit ihren Partnern am 6. Oktober in Worms vorgestellt hat.

Fotos: Stefan Sämmmer



Beauftragt wurde die Analyse von der IHK für Rheinhessen zusammen mit der Rheinhessen-Touristik GmbH, mainzplus CITYMARKETING sowie den Wirtschaftsförderungen der Städte Alzey, Ingelheim und Worms. Beim Tourismusforum „Hotelpotenziale in Rheinhessen: Betten schaffen! Aber wo und welche?“ im IHK-Dienstleistungszentrum Worms wurden die Ergebnisse erstmals präsentiert und intensiv diskutiert.

„Spätestens die Wertschöpfungsstudie Tourismus Rheinhessen aus dem vergangenen Jahr hat gezeigt, dass in der Region ein klarer Bedarf an Hotelbetten besteht. Doch wo genau und für welche Zielgruppen? Diese Frage beschäftigt uns alle in Rheinhessen“, erläutert Dr. Florian Steidl, Geschäftsführer der IHK für Rheinhessen, die Motivation für die Untersuchung. Die von dwif consulting GmbH durchgeführte Analyse zeigt deutlich: Die Nachfrage ist da – das Angebot hat Lücken.

„Gäste kommen nach Rheinhessen, finden aber häufig nicht das passende Hotel. Aktivhotels, Budget-Design-Hotels, Wellness- und Boutiquehotels sind unterrepräsentiert – damit bleibt wertvolles Potenzial ungenutzt“, fasst Christian Halbig, Geschäftsführer der Rheinhessen-Touristik GmbH, zusammen. „Aktuell verlieren wir Wertschöpfung an andere Regionen. Wir müssen handeln und größere, besser positionierte Hotels in der Fläche schaffen. Nur so verlängern wir die Aufenthaltsdauer und sichern Ganzjahresnachfrage.“

Auch Steidl fordert entschlossenes Handeln: „Wir brauchen die Politik als Möglichmacher – mit schnelleren Verfahren, gezielten Förderungen und einer strategischen Ansiedlungspolitik. Rheinhessen

ist stark, aber wir könnten noch stärker sein, wenn wir den Mut haben, diese Angebotslücken zügig zu schließen.“ Von neuen Hotelinvestitionen profitiere die gesamte Region: „Das eröffnet Chancen für Investoren und stärkt Wertschöpfung und Arbeitsplätze.“

Während Mainz als touristisches Zugpferd gilt, können kleinere Tourismusorte oft nicht mithalten – zu klein die Betriebe, zu alt die Konzepte. Die klare Botschaft der Studie: Wer in der Fläche investiert, stärkt die gesamte Region. Aktuell zählt Rheinhessen 235 Beherbergungsbetriebe mit insgesamt rund 16.500 Betten. Laut Analyse besteht Spielraum für zusätzliche Kapazitäten: Der Markt könnte kurzfristig vier bis sechs neue Hotels mit jeweils etwa 120 Zimmern aufnehmen. Bei positiver Marktentwicklung wären weitere Betriebe möglich.

Als zentrales Ergebnis empfiehlt die Studie die Gründung einer Taskforce Hotelentwicklung Rheinhessen, die das Thema koordiniert und vorantreibt. „Die Erkenntnisse fließen in die Fortschreibung der Tourismusstrategie Rheinhessen 2030+ ein und bilden die Grundlage für eine nachhaltige Weiterentwicklung des Tourismus- und Wirtschaftsstandorts Rheinhessen“, stellt Halbig fest.

Die Analyse umfasst die IHK-Region Rheinhessen, die aus der Tourismusregion Rheinhessen und der VG Rhein-Nahe besteht. Sie findet sich zum Download unter



ihk.de/rheinhessen/hotemarktanalyse

Stadt, Shop, Strategie

Rheinhessens Rezepte für lebendige Innenstädte

Online-Konkurrenz und Kundenverhalten, Infrastruktur und Bürokratie – der stationäre Einzelhandel hat es wahrlich nicht leicht. Und findet doch, allen Unkenrufen zum Trotz, immer wieder Wege, sich neu zu erfinden. Auch und erst recht in Rheinhessen.



Die aktuelle Lage

Drei Viertel der Einzelhändler in Rheinland-Pfalz sehen einen negativen Einfluss auf ihr Unternehmen durch die zunehmende Regulierung. Zwei Drittel sehen ihr Geschäftsmodell durch große Online-Marktplätze wie Amazon oder Ebay sowie die asiatische Billig-Konkurrenz bedroht. Auch der Fachkräftemangel und die hohen Energiekosten setzen den Händlern zu, wie die IHK-ibi-Handelsstudie ergab.

Die Händler reagieren: Knapp die Hälfte betreibt einen Online-Shop, jeder vierte ist in den Sozialen Medien aktiv, zwei Drittel setzen explizit auf Nachhaltigkeit. Allerdings: Bei jedem zweiten steht binnen zehn Jahre die Nachfolge an, aber erst ein Drittel davon hat schon Regelungen getroffen.

Worms macht sich attraktiv

Der Handel kämpft überall in Deutschland mit enormen Herausforderungen, sagt Nina Macher, Geschäftsführerin im IHK-Dienstleistungszentrum Worms und bei der IHK verantwortlich für das Thema Handel: „Innenstädte, Demografie und Kaufverhalten verändern sich. Jetzt ist die Zeit für innovative Konzepte.“ Als Beispiel nennt sie die Initiative „Worms wird Wow“. Überhaupt sei die Nibelungenstadt, was Aktionen zur Unterstützung des Einzelhandels angeht, gern vorne mit dabei. Worms beteiligte sich zum Beispiel im September an den bundesweiten Aktionstagen Heimat shoppen. Und erstellte mit „Worms, morgen, übermorgen“ eine Ziel-Vision für die Innenstadt.

Mit 2,3 Millionen Euro Fördergeld vom Bund geht die klamme Stadt seither einem Bündel an konkret formulierten Zielen nach. Marketingkampagnen und Werbemittel sollen die Blicke auf Worms lenken, das City Hub wurde als neue Innenstadt-Zentrale etabliert, Veranstaltungen wie die Wormser Weinmeile oder Musik am Gammi ins Leben gerufen, Grünzimmer zur Steigerung der Aufenthaltsqualität installiert, Leerstände mit Kunst und mit kreativen Geschäftsideen gefüllt.

Worms will sich zeigen. Ein großer, beleuchteter Schriftzug malt den Stadtnamen auf den Ludwigsplatz, die historische Figur des Hagen prangt von einer Wandfläche. Messungen der Passantenfrequenz sollen zeigen, was wann los ist und wie gut funktioniert. „Wir haben gute Erfahrungen mit kostenfreiem Busverkehr gemacht“, sagt Macher. Es gab und gibt Workshops, und nun soll der Abschlussbericht aufzeigen, wie es weitergehen kann. „Ich habe nicht den Eindruck, dass die Händler den Kopf in

den Sand stecken“, blickt Macher über die Stadtgrenzen hinaus.

Mainz baut und staut

„Damit der Handel Umsatz macht, muss man für Frequenz sorgen“, wirbt auch die Mainzer Citymanagerin Sandra Klima für regelmäßige Aktionen. Und für schlüssig konzipierte Einkaufsquartiere: „Wenn man sich selbst nicht bewegt, passiert auch wenig. Die, die auch bei der Werbung alle Möglichkeiten ausschöpfen, machen Umsätze. Dazu gehört auch: Online eine gute Visitenkarte hinterlassen, im Geschäft Kundenfreundlichkeit und berechenbare Öffnungszeiten anbieten.“ Was kann die Stadt tun? „Schnell umsetzbare Dinge planen und nicht den 100. Workshop und noch eine Machbarkeitsstudie auflegen. Einverstanden, man muss mit einem Plan vorgehen. Aber oftmals wäre es auch sinnvoll, einfach anzufangen, beispielsweise beim Sanieren der öffentlichen Toiletten.“ Zum Jahreswechsel wird Wirth, der Kinderladen, nach mehr als einem Jahrhundert schließen. Ein Menetekel, wenn man mit Quartiersmanager Jan Sebastian spricht, dem Vorsitzenden des IHK-Handelsausschusses, der in vierter Generation den Juwelier Willenberg am Schillerplatz führt.

„Irgendwann muss reagiert werden“, sagt Sebastian. Die Verunsicherung im Einzelhandel ist groß. Der „allgemeine Blues“, der in den potenziellen Kunden steckt, die Kaufzurückhaltung, das hohe Sparvolumen, die überfälligen Maßnahmen in der Infrastruktur – vieles kommt zusammen. Infrastruktur, das ist das zweischneidige Schwert schlechthin gerade in Mainz. Die Maßnahmen zur Förderung des ÖPNV – Stichwort Straßenbahn – und zur Verschönerung des Erscheinungsbildes der Innenstadt werden begrüßt. Und doch ist, wie Citymanagerin Klima sagt, die Verkehrs- und Baustellensituation derzeit in der Transformation des Handels die größte Herausforderung. „Wir fordern hier schon lange ein Baustellenmanagement und vor allem -marketing.“

Die Seite der Einzelhändler steht mit der Stadtverwaltung im Austausch, IHK und Handwerkskammer haben sich unlängst direkt an Oberbürgermeister Nino Haase gewandt. Ihr Wunsch: Erreichbarkeiten aufzeigen, Parkanreize schaffen, Leitsysteme aufbauen, generell eine viel bessere Kommunikation. An den Baustellen ließe sich darstellen, wer gerade warum was genau baut, gern flankiert mit Kampagnen.

Das Thema Baustellen wird den Handel noch einige Jahre begleiten. „Da wäre es wichtig, den

Händlern zu helfen", sagt Klima. Diese seien aber auch selbst gefordert, etwa ihre Online-Präsenz zu steigern und Abholmöglichkeiten zu kommunizieren. Die Stadt brauche eine Plattform für Feedback. Und gerade in einer Landeshauptstadt, die sich in der Transformation befindet, sei es wichtig, den ÖPNV zu stärken, ehe Parkplätze abgeschafft und Straßen verengt würden.

„Im Umland überlegt man sich häufig, ob man in die größeren Städte überhaupt noch hineinfährt“, betont Jan Sebastian. „Die an sich positiv zu bewertenden Baumaßnahmen sind Brandbeschleuniger für die Problematik des stationären Einzelhandels.“ Was kann der Handel selbst tun? „Er muss sich immer wieder anpassen. Doch der Ruf, einfach die Produkte im Internet anzubieten, greift zu kurz. Kein Einzelhändler hat die Chance, bei der Reichweite gegen die großen Player zu bestehen. Im Internet geht es oft nicht um Präsenz, sondern um den Preis.“

Auch die oftmals fehlende Nachfolge und damit das „natürliche Sterben des Einzelhandels“ problematisiert Sebastian. Es fehlten genügend Menschen mit dem notwendigen Mut – und es gebe viel zu viele bürokratische Anforderungen. Doch genug des Negativen. „Es gibt immer noch prosperierende Bereiche. In Mainz ist die Innenstadt weit gefasst, mit großer Fußgängerzone. So entstehen Nischenbereiche und schöne Entwicklungen.“ Sebastians Rat: „Der kleinere Einzelhandel kann mit den individuelleren Angeboten punkten, die im Netz nicht so einfach zu finden sind.“

Es gelte, sich von Sortimenten zu trennen, die auch andernorts leicht – und günstig – zu bekommen sind. „Aber beratungsintensive Produkte kann das Netz nicht bieten.“ Doch generell sei festzustellen, dass Mainz und Ingelheim Kaufkraft verlieren, während Alzey mit seiner hohen Zentralität punktet. „Alzey ist ein gutes Beispiel, dass Erreichbarkeit und Angebot so gut sein können, dass die Leute aus dem Umland gern kommen“, betont Sebastian.

Alzey hakt sich unter

Christof Schönenberger vom Verkehrsverein Alzey nimmt die Blumen gern an – und relativiert: „Bei der Kaufkraft-Kennziffer darf man sich nicht täuschen lassen, da geht es um das Verhältnis der Einkäufer zu

den Anwohnern. Dazu trägt das sehr große Shoppingcenter vor der Stadt, das ehemalige Massa, erheblich bei, als einer der ersten großen Märkte überhaupt auf der grünen Wiese. Die Umsätze dort im Industriegebiet sind nicht vergleichbar mit denen, die in der Innenstadt erzielt werden.“

In Alzey fehle der ein oder andere Filialist – und Frequenzbringer – in der Innenstadt. Das geänderte Konsumentenverhalten mache auch hier viel Druck auf den Einzelhandel. „In Alzey haben wir ein stabiles Fundament mit relativ langer Tradition als Marktplatz und Einkaufsort für das Umland“, sagt Schönenberger, der selbst ein Modehaus in der City betreibt. „Aber auch wir merken, dass die Frequenz weniger wird. Bei Aktionen wird unser Mix aus Gastronomie und Geschäften weiterhin gut angenommen. Dieser Mix ist wichtig.“

Die Aktionen sind es, mit denen Alzey auffällt. Schon seit Anfang des 20. Jahrhunderts gibt es den Verkehrsverein. Schönenberger sieht eine starke Solidarität zwischen Geschäften, Büros, Restaurants und der Stadt. Ziel ist, präsent zu sein, ein Wir-Gefühl zu erzeugen. „Wenn wir als Marktplatz und Einkaufsort erhalten bleiben wollen, müssen wir gemeinsam auftreten.“ Verkaufsoffene Sonntage mit Begleitaktionen, Weihnachtslotterie, Christkindches- und Weihnachtsmarkt oder die Einkaufsnacht sind Beispiele. Aktionen des Stadtmarketings, etwa das Marktfrühstück, kommen hinzu. „Wir leben von der Vernetzung“, sagt Schönenberger.

Bingen hat viel Potenzial

„Natürlich hat es auch der Handel in Bingen aktuell nicht leicht“, sagt Tabarelli. Auch hier seien die allgemeine Verbraucherzurückhaltung und die Zunahme der Onlinekäufe spürbar. „Doch Bingen hat viel Potenzial.“ Tabarelli verweist auf die „charmanten, mittelalterlichen, abwechslungsreichen Straßenstruktur mit ihren im Sommer südlich anmutenden Plätzen“, die Vielzahl inhabergeführter Geschäfte, den „stetig wachsenden Tourismus und die wahrscheinlich schönste deutsche Rheinpromenade“. Infrastrukturell bieten die überregionale Straßen- und Bahnanbindung und die Lage am meistbefahrenen deutschen Radweg Standortvorteile. Besonders hebt Tabarelli die guten

und preiswerten Parkmöglichkeiten hervor, mit Vier-Euro-Pauschale für 24 Stunden.

In all den Vorteilen, samt der Aufmerksamkeit, die die Bundesgartenschau auf Bingen lenken wird, sieht Tabarelli Potenziale, die es in der Außendarstellung zu kommunizieren gilt: „Wie zum Beispiel mehr Rheinufer-Touristen für einen Innenstadtbereich motivieren oder das Hildegard-von-Bingen-Angebot zu verstärken. Entscheidende Basis bleibt die Attraktivität der Einkaufsstadt Bingen für die Region. Hier sind die Händler selbst mit ihrem Angebot und gemeinsamen Aktionen gefragt, wie auch die Stadt, damit die Kunden in einer sauberen, gepflegt anmutenden Atmosphäre das Shopping genießen können.“

Ingelheim plant mit Weitblick

Seine Stadt sieht Sven Kutzner, Vorsitzender des Gewerbevereins „Ingelheim aktiv“, vom Branchenmix her gut aufgestellt: „Der Einzelhandel braucht Frequenz, die schaffen wir durch eine Vielzahl Dienstleistungen. Wir haben kaum Leerstände und sind gesegnet durch unsere Parkplätze und unsere sehr gute Erreichbarkeit. Die Parkhäuser wurden mit Weitblick geplant, die Gebühren sind niedrig.“ Das alles führe dazu, dass der inhabergeführte Einzelhandel sich gegen die Ketten behaupten könne.

Kutzner hebt das Zusammenwirken mit der städtischen Wirtschaftsförderung hervor. Dass es der Stadt wirtschaftlich gut geht, bekämen auch die Kleinstunternehmen in Form von Fördermaßnahmen zu spüren. Der Bahnhof mitten im Zentrum sei ein Segen für die Händler. Nun soll das Thema Tourismus forciert werden, beispielsweise ab Frühjahr mit einer Kulturmeile von der Innenstadt aus. „Die Innenstadt zu beleben ohne ein touristisches Konzept, ist schwierig“, sagt Kutzner. „In der Fußgängerzone braucht es Verweilqualität, Schatten, Spielmöglichkeiten für Kinder.“ Auch hier sei man dran.

Der Gewerbeverein ziele darauf ab, den Veranstaltungskalender weiter zu füllen, Kultur und Kunst in die Stadt zu bekommen. Die 117 Mitgliedsunternehmen decken den Einzelhandel ziemlich gut ab. Das Zusammenwirken ist ein Schlüssel, sagt Kutzner. „Aber mehr Eigeninitiative wäre schön.“

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST



Das sagt der Experte

Jörg Funder, Professor für Unternehmensführung im Handel und Geschäftsführender Direktor vom IIHD Institut in Mainz und Worms, spricht über ...

... den Online-Handel als Bedrohung für den Einzelhandel: „Das ist eine Schutzbehauptung, um sich nicht bewegen zu müssen. Der Online-Handel ist gekommen, um zu bleiben. Das wissen wir seit 20 Jahren. Er macht über alle Kategorien hinweg aber unter 20 Prozent des gesamten Einzelhandels aus und ist daher keine pauschale Gefährdung – ganz im Gegenteil. Nach Corona steigt die Zahl der Menschen, die wiederholt die Innenstädte besuchen. Dort werden die Einkaufsbedürfnisse der Konsumenten befriedigt.“

... die Chancen für den Einzelhandel: „Das Konzept des Einzelhandels muss man überdenken, Geschäftsmodelle anpassen, ehemals historische Stärken wiederfinden – also Kundenorientierung und Einkaufserlebnis. Es ist ein Denkfehler zu sagen, ich muss genau das tun, was die anderen auch machen. Gerade Online-Handel über eine eigene Plattform rechnet sich für viele kleine und mittelständische Händler kaum. Die Kosten, um Traffic zu generieren, sind viel zu hoch. Auch sich Plattformen anzuschließen, lässt durch Kosten und Abgaben oft zu wenig Ertrag. Viel wichtiger ist, die Kundenbeziehungen zu stärken.“

... die größten Versäumnisse: „Da gibt es ganz viele. Innenstädte leben von der konzertierten Aktion aller Innenstadtakteure. Händler sind historisch stark kostengetrieben. Die Kosten wurden immer weiter gesenkt, oft durch Mitarbeiterentlassungen oder standardisierte Sortimente. So finden die Kunden noch weniger Gründe zu kommen.“

Übertriebenes Effizienzdenken war für viele Händler das Aus, ebenso wie fehlende Anpassung, Innovationskraft und neue Formate.“

... die kritischsten Branchen: „Textil und Elektronik stehen besonders unter Druck. Bei Elektronik sind die Margen so schmal, dass es nur noch wenige Player gibt. Bei Textil gibt es eine Überversorgung mit viel zu viel Einkaufsfläche und Artikeln in den Innenstädten. Neue Konzepte wie Shein, diese Innovationskraft haben wir verpasst. In einem Geschäftsfeld, das sich seit Jahrzehnten im Strukturwandel befindet, ist ein Weiter-so selten eine gute Lösung.“

... kluge Ansiedlungspolitik: „Einzelhandelskonzepte dienen häufig dem Schutz der Innenstadt. Es sollten Anreize gesetzt werden, dass sich Quartiere mit Profil weiterentwickeln, Leerstände mit Wirtschaftsförderung besetzt, Programme initiiert und unterstützt werden. Städtebauliche Konzepte zur Aufwertung von Aufenthaltsqualität und Erreichbarkeit sind wichtig. Stattdessen wurde eine Monofunktionalität der Innenstädte etabliert und eine Schutzglocke darübergestülpt. Damit wurden Kaufen und Gastro konserviert, was aber nicht mehr zeitgemäß ist. Städte waren immer auch soziale und kulturelle Standorte, mit Wohnen und Arbeiten. Wir brauchen gänzlich neue Stadtkonzepte.“



Wir reinigen
sauber, sicher,
nachhaltig und
fair!

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

Fotos: IHK



Foto: Kristina Schäfer

Schau, was es alles gibt

Was gibt es eigentlich alles in den Innenstädten Rheinhessens zu entdecken? Das sollen möglichst viele Neugierige beim „Heimat shoppen“ erleben. An den bundesweiten Aktionstagen der Industrie- und Handelskammern haben sich im September in Alzey, Bingen, Ingelheim, Mainz und Worms gut 350 Geschäfte beteiligt.

Kai Hornuf ist von Anfang an mit am Start, seit die Aktionstage vor sechs Jahren in Worms ins Leben gerufen wurden. Damals, erinnert sich der Geschäftsführer des Stadtmarketings der Nibelungenstadt, kam die IHK mit der Idee auf ihn zu. Gemeinsam werden seither teilnehmende Geschäfte akquiriert. „Es geht darum, den lokalen Handel zu beleben, die Wertschöpfung in der Region zu halten. Auch die Sponsoren für die ortsansässigen Vereine sind ja doch meistens die Unternehmen in der Innenstadt, die ihnen

mit Sach- oder Geldspenden unter die Arme greifen. Da kam die Idee auf, die zu unterstützen, die ihrerseits helfen.“

Die Attraktivität wird an den Aktionstagen durch Kooperationen gesteigert. Sven Kutzner, Vorsitzender des Gewerbevereins „Ingelheim aktiv“, stellte fest, dass das „Heimat shoppen“ in diesem Jahr besser angenommen wurde als zuvor – sicher auch wegen des „Shoppen-Blocks“ voller Gutscheine, der, beispielsweise mit einem Gratis-Espresso nach der Pizza, auch viele neue Kunden in die teilnehmenden Lokale und Geschäfte lockte. „So ein Rahmenprogramm braucht es, um die Aktion noch attraktiver zu machen“, sagt Kutzner.

In Worms lobte der Energieanbieter EWR diesmal ein Balkonkraftwerk aus, das im Gewinnspiel ergattert werden konnte. Auch die „Wormser Kiste“ mit lokalen Produkten oder ein „Drachengold“-Einkaufsgutschein konnte mit ein bisschen Glück mit nach Hause genommen werden. Manche Kommunen verbinden die Aktion mit ihren tra-



ditionellen Events, etwa Alzey, Bingen und Ingelheim mit Volkerstadt-, Winzer- und Rotweinfest. In Worms wurde das „Heimat shoppen“ mit Absicht zeitlich vom Backfischfest entkoppelt, um mehr eigene Aufmerksamkeit zu erzeugen.

„Wir freuen uns immer darauf“, sagt Yvonne Göbel, Inhaberin der Vivi Boutique. Seit drei Jahren macht das Geschäft aus der Wormser Hafergasse bei der Aktion mit. „Es ist immer gut was los, wir waren



zufrieden.“ Solche Aktionen seien auf jeden Fall sinnvoll, findet die Händlerin: „Alles, was man zur Stärkung des Einzelhandels und der Innenstädte macht, ist wichtig. Da muss die ganze Stadt sich bewegen, man muss zusammenhalten.“ Es gehe darum, ein „Shopping-Gefühl“ insgesamt zu erzeugen. „Man kommt ja nicht nur für ein Geschäft in die Innenstadt.“

Bei der deutschlandweiten Aktion geht es darum, die Innenstädte und Ortskerne zu beleben, Kaufkraft und Fachkräfte in die Region zu ziehen, das Lebensumfeld attraktiver zu machen – und Arbeitsplätze zu sichern und zu schaffen. Explizit geht es bei der Kampagne auch darum, die Verantwortlichen in den Kommunen für das Thema Stärkung des ansässigen Handels zu sensibilisieren. Die Forderungen der IHK: verlässliche Rahmenbedingungen, innenstadtorientierte Ansiedlungspolitik, Erreichbarkeit mit ÖPNV und Auto, Digitalisierung, Sicherheit und Sauberkeit, Rechtssicherheit bei verkaufsoffenen Sonntagen, Fortsetzung und Stärkung des Lokalen Entwicklungs- und Aufwertungsprojekts (LEAPG), Bürokratieabbau sowie Stärkung von Kommunen und lokalen Akteuren, um eigenverantwortlich zu handeln.

Eine Aktion wie das „Heimat shoppen“ kann, wie Hornuf sagt, bei alledem nur ein Mosaikstein sein. „Es liegt am Verbraucher selbst, wie er reagiert. Wir versuchen die



Rahmenbedingungen zu verbessern, auch in der Diskussion mit Verwaltung und Gewerkschaften.“ Eine gewisse Anzahl an Geschäften, die bei der Premiere 2019 mitgemacht haben, gibt es nicht mehr. Das hat neben wirtschaftlichen Gründen, einem nicht geglückten betrieblichen Generationswechsel oder der Pandemie eben auch mit dem Einkaufsverhalten zu tun.

Was setzt dem Einzelhandel am meisten zu? In den Städten blickt Hornuf zuerst auf das Thema Mobilität. „Die Erreichbarkeit muss gewährleistet sein, mit Fahrrad, ÖPNV, Auto. Der Kunde, der mobil ist, sucht sich den Einkaufsort aus, wo er bequem anreisen kann.“ Hinzu komme das unmittelbare Einkaufsumfeld in den Städten selbst, die Beleuchtung, die Wegeführung. „Da sind wir



auf dem Weg nach vorn, aber für Kommunen in finanziellen Problemen ist das oft schwer umzusetzen.“ Und dass die Finanzausstattung der Städte und Gemeinden eine höchst problematische ist, prägt ja ganz aktuell wieder die Debatten.

„Man kommt aus meiner Sicht nicht darum herum, in Einkaufsgemeinschaften Online-Kanäle zu bespielen“, sagt Hornuf. „Zugleich gilt es, mit den Stärken des stationären Handels – Servicequalität, Freundlichkeit, Beratung – zu punkten.“ Dann kommen die Kunden auch wieder, egal ob gerade Aktionen wie das „Heimat shoppen“ laufen oder nicht.

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST

**WINZER
KELLER**

INGELHEIM

**ING
K**

Kultur & Marketing
Ingelheim am Rhein

TAGUNG, KONGRESS, GENUSS

**EIN ORT, ZWEI LOCATIONS –
ALLES AUS EINER HAND**

Gute Erreichbarkeit | Mitten in Deutschland |
flexible Raumgestaltung | professionelle
Projektorganisation | Unterstützung bei der
Planung Ihres Events | erfahrene Catering-
partner | Vielseitige Rahmenprogramme,
abgestimmt auf Ihre Bedürfnisse

IKUM

Ingelheimer Kultur
und Marketing GmbH



Foto: Freepik, gpointstudio

„Es beginnt mit der Fassade“

Der erste Eindruck zählt, im Schaufenster, im Netz. Frische Impulse für die lokalen Geschäfte verspricht der vom Wirtschaftsministerium geförderte „Ladencheck“, den die IHKS in diesem Jahr erstmals in ganz Rheinland-Pfalz angeboten haben. Das Ziel: fachkundige, individuelle Beratung für die Unternehmen, um die Innenstädte insgesamt attraktiver zu machen.



Julia Nawra

Dafür war die Marketingexpertin Julia Nawra im Sommer mehrere Tage lang geballt bei 16 Einzelhändlern in Alzey, Bingen, Mainz und Worms unterwegs. „Wir möchten einen Mehrwert für die Betriebe schaffen“, sagt die Diplom-Designerin, „sie sollen von außen Impulse erhalten und sensibilisiert werden für visuelles Marketing.“

Im Fokus stehen individuell und praxisnah vermittelte Maßnahmen, die eigenständig und kurzfristig umgesetzt werden können, und zwar möglichst kostengünstig.

Nawra informiert sich vor ihren rund zweistündigen Besuchen über die Geschäfte und geht dabei wie eine potenzielle Kundin vor. „Google Business ist oft der erste Kontaktpunkt, da müssen alle Daten aktuell sein“, sagt die Expertin. Ihr Tipp: auf Feedbacks und Bewertungen reagieren. „Das verstärkt die Sichtbarkeit und Auf-

findbarkeit.“ Im besten Fall seien bei Google Business die Links zu Website und Social-Media-Kanälen schon hinterlegt. Auch ein einheitliches Corporate Design im Netzauftritt findet Nawra wichtig. Und für die Netzseite gilt: „Kurz, knapp, strukturiert, aussagekräftig, die wichtigsten Infos zu Sortiment und Öffnungszeiten sind schnell erkennbar. Und alle Social-Media-Accounts sollten aktuell und verknüpft sein.“

Bei einem „Ladencheck“ stellen sich die Unternehmen für gewöhnlich zunächst vor, mit Sortiment, Mitarbeitern, Kundenstruktur, Zielgruppe und Herausforderungen. „Dann gehen wir wie die Kunden vor den Laden, von außen nach innen, und ich schildere mein Feedback.“ Es beginnt mit der Fassade: Ist das Firmenschild sichtbar? Ist das Geschäft im Vorbeifahren und Gehen sichtbar? Wirken Sitzbank, Pflanzkübel und/oder Beleuchtung vor dem Geschäft einladend? „Oft werden das Fenster und der Außenbereich gar nicht genutzt, um auf das Sortiment hinzuweisen“, sagt Nawra. „Dabei spielen Schaufenster weiterhin eine große Rolle und haben gerade bei den kleinen Geschäften große Bedeutung. Doch die Gestal-

tung ist in den seltensten Fällen professionell." Stattdessen seien die Schaufenster oft überladen und unstrukturiert. „Die Menschen sind reizüberflutet. Da sollte man besser Blickfänge schaffen, Artikel gruppieren. Hier besteht großer Optimierungsbedarf.“

Eine Wohlfühlatmosphäre mit inspirierenden Motiven zu schaffen, rät die Expertin dem stationären Handel. „Das ist das, was der Onlinehandel nicht kann.“ Eine Faustregel: „Licht lockt Leute, da sollte man in gescheite LED-Strahler investieren.“ Im Innenraum gelte es, die Kundenreise umzusetzen. „Man sollte den Kunden Punkte im Laden bieten, die sie leiten, und am besten unmittelbar im Eingangsbereich die Thematik aus dem Schaufenster aufgreifen.“ Wichtig seien Kennzeichnungen und Beschilderung von Sortiment und Servicebereich. „Die Kunden wollen sich selbst zurechtfinden, doch oft fühlen sie sich wie Einzelkämpfer, auf die zu viel auf einmal zukommt.“

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST

MITMACHEN BEIM LADENCHECK

Der Ladencheck wird im Rahmen des Landesprogramms „Innenstädte der Zukunft“ vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau gefördert und läuft in ganz Rheinland-Pfalz. Händlerinnen und Händler, die Interesse haben, im kommenden Jahr am „Ladencheck“ teilzunehmen, können sich anmelden:



ihk-rlp.de/ladencheck

WARUM VISUELLES MARKETING?

- Differenzierung von Mitbewerbern und Onlinehandel
- Darstellung von Individualität und Authentizität
- Schaffung von Inspiration, Emotion, Einkaufserlebnis
- Wiedererkennbarkeit
- Generierung von Impulskäufen
- Stärkung des Images
- Steigerung der Besucherfrequenz
- Erhöhung des Umsatzes



„Dank des Ladenchecks wissen wir jetzt genau, wo wir ansetzen müssen um unseren Store weiter zu optimieren.“

Petra Jacob, Jacob Trendstore, Alzey



„Es war für uns sehr hilfreich, unsere Räumlichkeiten und unser Konzept begutachten zu lassen um dies stückweise optimieren zu können.“

Gabriel Eise, Salzzeit, Bingen



„Es ist immer sinnvoll, Ideen von Außenstehenden zu bekommen, da man durch das Alltagsgeschäft „betriebsblind“ wird.“

Ilona Lachmann und Gernot Weber, Uhren & Schmuck, Worms



„Der Ladencheck ist eine wertvolle Gelegenheit, unterschiedliche Aspekte mit Experten aus einem anderen Blickwinkel zu sehen und zu analysieren.“

Barbara Matuszek, blumen-lounge by BM GmbH, Ingelheim

DEINE ZUKUNFT. DEIN ERFOLG. DEIN FERNSTUDIUM.

Bei der IHK-Akademie Koblenz kombinierst du Lernen und Alltag ideal:

- **PRAXISNAH** – Inhalte, die du direkt im Job anwenden kannst.
- **FLEXIBEL** – Lernen, wann und wo es dir passt.
- **PERSÖNLICH** – Tutor/-innen und Lerngruppen unterstützen dich.

Geh den nächsten Schritt in deiner Karriere!

IHK

Akademie Koblenz
Ausgezeichnet weiterkommen.

*Jetzt direkt
anmelden!*



SEHR EMPFEHLENSWERT



Exzellenter Anbieter 2025

Fernstudium
Direkt

4,6



Fotos: Kristina Schäfer

„Im Internet suchen, im Laden kaufen“

Handelsdialog Rheinhessen heißt das neue Veranstaltungsformat, mit dem die IHK Themen aufgreift, die den Handel bewegen. Zum Start Anfang Oktober ging es darum, die Sozialen Medien möglichst effektiv zu nutzen, um Kunden und Fachkräfte zu gewinnen.

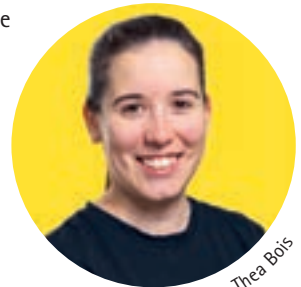
So finde ich Kunden

„Das Geheimrezept gibt es nicht“, sagt Theresa Bois von der Kommunikationsagentur shapefruit (Bad Neuenahr-Ahrweiler), eine der Referentinnen beim Handelsdialog im großen Saal der IHK in Mainz. „Um via Social Media Kunden zu generieren, muss zunächst die Zielgruppe definiert werden. Und ich muss mir überlegen, wie ich mich präsentieren möchte, welche Möglichkeiten ich habe, auf welchen Kanälen meine Zielgruppe aktiv ist.“

Drei von vier Deutschen sind in den sozialen Medien aktiv und verbringen dort im Schnitt rund 100 Minuten täglich, auf einer Handvoll unterschiedlicher Plattformen, wie Bois ausführt. Facebook habe bei den über 30-Jährigen die größte Reichweite und eigne sich, um lokale Sichtbarkeit zu erzeugen und Events zu bewerben. Pinterest versammle eine überwiegend weibliche Zielgruppe mit Hang zu Mode, Wohnen und Do-it-yourself-Themen. „Authentisch und unterhaltsam“ lautet das Credo für Kurzvideos auf Tiktok, stellt

Bois fest. Instagram sei für visuelle Kommunikation zu Mode oder Lifestyle ideal. Und wer sich im Bereich B2B positionieren, Personal rekrutieren oder netzwerken will, sollte bei LinkedIn aktiv sein.

Bois empfiehlt eine Multikanal-Strategie. Und, mehrmals die Woche präsent zu sein. „Man sollte auf hochwertigen Content setzen, der zur Marke passt“, sagt die Expertin für Online-Marketing. Sich selbst und stetig neue Produkte zu zeigen sowie mit den Nutzern zu interagieren, sieht sie als essenziell an, um Social Media auch wirksam zu nutzen. Ganz wichtig dabei: lokal denken. „Früher war das Ziel, möglichst viele Follower zu gewinnen. In der heutigen Zeit der Reizüberflutung suchen die User sich die Marken



Theresa Bois



aus, die ihnen einen Mehrwert im Alltag versprechen.“ Ihr Vorschlag: „Die Unternehmen sollten Aufmerksamkeit generieren, ins Gedächtnis der User kommen, sich in der Region etablieren.“

Das Ziel erfolgreicher Online-Aktionen für Einzelhändler nennt sich „Ropo-Effekt“: Research Online, Purchase Offline – also im Internet suchen und dann im Laden kaufen, mithin User ins Geschäft locken. „Natürlich steckt da einiges an Arbeit hinter“, sagt Bois. „Aber mit ein bisschen Vorbereitung ist es mit ein, zwei Stunden pro Woche getan.“ Zeit könne man sparen, wenn man Vorlagen und KI nutzt. „Wenn man es richtig angeht, ist diese Art des Marketings Erfolg versprechend.“ Die weiteren Vorteile: „Man sieht schnell, ob die Kampagne funktioniert, und bis auf die Investition an Zeit ist es erst einmal weitgehend kostenlos.“

Die Tipps der Expertin: sich so präsentieren, dass man bei Suchanfragen wie „Fitnessstudio in Mainz“ mit Adresse zu finden ist, gegebenenfalls Influencer für Kooperationsbeiträge nutzen – und aktuelle Trends aufgreifen. „Wichtig ist dabei: Nur Sachen machen, die zu mir passen.“ Und: „Finger weg vom Follower-Kauf! Viel wertvoller ist eine langfristig aufgebaute Community.“

So finde ich Fachkräfte

Nicht nur für das Gewinnen von Kunden, auch für die gezielte Suche nach Fachkräften bieten die Sozialen Medien für Händlerinnen und Händler eine Reihe von Möglichkeiten, wie Anne Liesenfeld, Projektreferentin beim Mittelstand-Digital-Zentrum Handel am IFH Köln, beim Handelsdialog erläuterte. Eins vorneweg: Man solle sich genau anschauen, welche Zielgruppe man über welches Medium erreichen kann. Wer junge Mitarbeiter oder Auszubildende sucht, werde diese kaum noch über eine Zeitungsannonce erreichen. Sondern da, wo sie ihre mediale Zeit verbringen. Print könne dann regional noch ein Thema sein, etwa wenn Eltern für ihre Kinder nach Stellen Ausschau halten.

Aber auch die Elterngenerationen sind längst in den Sozialen Medien zugange. Beispielsweise auf Facebook. „Darüber erreichen Sie die GenZ so gut wie gar nicht“, sagt Liesenfeld. Vielmehr finde man

die zwischen 1995 bis 2012 Geborenen am besten auf Instagram und TikTok.

„Kurzvideos sind sehr relevant und werden vom Algorithmus gepusht“, sagt die Expertin. Als besonders wirksam habe sich erwiesen, mit Corporate Influencern zu arbeiten, also eigene Mitarbeiter als Markenbotschafter einzusetzen, etwa, wie sie ihren Arbeitsalltag zeigen und ihre Meinung über den Arbeitsplatz mitteilen.

„Das wird von der jüngeren Generation als authentischer wahrgenommen, als wenn beispielsweise der Chef darüber berichtet.“ Zudem passe die Sprache besser zur Zielgruppe, und Mitarbeiter könnten aussagekräftiger vom eigenen Arbeitsleben erzählen als Externe oder Agenturen. „Gerade große Unternehmen nutzen das stark und stellen dafür Zeit, Weiterbildungen und Smartphones zur Verfügung.“ Zudem ist es laut Liesenfeld für junge Mitarbeiter reizvoll, als Corporate Influencer zu arbeiten, was die Attraktivität der Stellen erhöhe. Dagegen rät die Expertin davon ab, mit externen Influencern zu arbeiten: „Da fehlt das authentische Berichten über den Arbeitsplatz. Die funktionieren eher für Produktwerbung und das Unternehmensimage.“ Ihr Tipp: „Es muss nicht alles perfekt sein, die Plattformen leben eher vom authentischen Inhalt.“

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST



Anne Liesenfeld

Von Mittelstand zu Mittelstand

Warum Banken um ihre Kunden pitchen sollten

Nutzen ist, was Kundinnen und Kunden hilft. Es geht nicht in erster Linie um Optionen, sondern vor allem um Lösungen. Diese können Volksbanken Raiffeisenbanken als Teil der Genossenschaftlichen FinanzGruppe liefern.

Gemeinsam wachsen.

Egal in welcher Phase Sie und Ihr Unternehmen sind, ein guter Finanzpartner sollte in der Lage sein, Ihre Situation zu verstehen. Volksbanken Raiffeisenbanken wissen, was es bedeutet, in der Region zu Hause zu sein und von dort weltweit Services und Dienstleistungen für Mitglieder, Kundinnen und Kunden anzubieten. Sie agieren mit starken Partnern, die wissen, worauf es ankommt. Von Anfang an werden Unternehmerinnen und Unternehmer individuell und lösungsorientiert zu Finanzthemen beraten und können sich ganz auf ihr Kerngeschäft konzentrieren.

Den Weg frei machen bedeutet, ihn zu kennen.

Unternehmen werden seit über 150 Jahren von den unabhängig agierenden, genossenschaftlich organisierten Banken begleitet. Dabei haben Volksbanken Raiffeisenbanken viele Wege im wahrsten Sinne des Wortes frei gemacht, indem sie sie mitgestaltet haben. Diesen Pioniergeist haben sie noch heute.

Volksbanken Raiffeisenbanken sind Vor- und Mitdenker, innovative Entwickler und stabile Umsetzer für Lösungen, die Unternehmerinnen und Unternehmern die Freiheit geben, eigene Entscheidungen zu treffen.

Wer seine Stärken kennt, gewinnt jeden Pitch.

Sie wollen Ihre Volksbank Raiffeisenbank auf die Probe stellen? Vereinbaren Sie jetzt Ihren persönlichen Pitch-Termin bei Ihrer Bank vor Ort oder informieren Sie sich über www.vr.de/firmenkunden-pitch





Jetzt QR-Code scannen,
Smartphone im Rahmen platzieren
und überzeugt werden.

**Wenn Sie eh
schon hingucken ...**

... haben Sie Zeit für einen Pitch?

**Volksbanken
Raiffeisenbanken**



„Wir dürfen es uns nicht leisten, Potenziale zu übersehen“

Bei der jüngsten Sitzung der IHK-Vollversammlung stand das Thema Bildung im Fokus. Bildungsminister Sven Teuber war zu Gast im „Parlament der Wirtschaft“, das diesmal nicht in der IHK, sondern bei der in.betrieb gGmbH zu Gast war.



Bildungsminister Sven Teuber zu Gast in der IHK-Vollversammlung am 26. August 2025.

Bei der Sitzung des Wirtschaftsparlaments in Nieder-Olm stellte sich Bildungsminister Sven Teuber nach einem Impuls zur Zukunft des Lernens dem Dialog mit der regionalen Wirtschaft. Dabei hob der Minister die Rolle von Kammern und Unternehmen als Partner für die duale Ausbildung hervor. Sein Credo: „Jedes Kind kann etwas – und wir brauchen das Können von jedem und jeder in unserer Gesellschaft. Gerade angesichts des Fachkräftemangels dürfen wir uns nicht leisten, Potenziale zu übersehen.“ Dabei sprach sich der Minister für datengestützte Lernstandserhebungen aus – so wie es Kanada, Finnland, Estland oder die Niederlande vormachen. „Entscheidend sind klare Wege, wie die gewonnenen Erkenntnisse genutzt werden, sowie eine deutlich stärkere Feedbackkultur.“

IHK-Präsident Dr. Marcus Walden bekräftigte dabei die Forderung der Wirtschaft: „Wir brauchen ein praxisnahes Bildungssystem, das



Fotos: Stefan Sämmer

alle jungen Menschen aufs Berufsleben vorbereitet und kein Talent verloren gibt. Das ist der Schlüssel zur Fachkräftesicherung und zur Sicherung unseres wirtschaftlichen Fundaments.“

Freiwillige Modelle statt zweckgebundene Bettensteuern

Neben dem Schwerpunkt Bildung stand auch das Thema Tourismus auf der Tagesordnung – die Vollversammlung der IHK für Rheinhessen sprach sich einstimmig gegen neue Abgaben in diesem Bereich aus. Vor allem Übernachtungs- und Bettensteuern, deren Einnahmen nicht zweckgebunden sind, stoßen auf klare Ablehnung bei den gewählten Unternehmerinnen und Unternehmern. „Tourismusbetriebe werden belastet, ohne dass der Tourismus selbst profitiert“, so das Votum. Stattdessen befürwortet die Industrie- und Handelskammer freiwillige Modelle. Wo nötig, sei ein Gästebeitrag akzeptabel – wenn die Mittel vollständig dem Tourismus zugutekommen und Betriebe mitentscheiden.

Auch die Verwendung des Sondervermögens war Thema in dem regionalen Wirtschaftsgremium. IHK-Hauptgeschäftsführerin Karina Szweide warnte: „Es reicht nicht, neue Mittel bereitzustellen. Ohne strukturelle Reformen und echten Bürokratieabbau versickert das Geld wirkungslos.“

Im Fokus stand ebenso die regionale Rohstoffversorgung, besonders vor dem Hintergrund geopolitischer Spannungen, globaler Kri-

sen und brüchiger Lieferketten. Dazu beschlossen die Unternehmerinnen und Unternehmer ein Positionspapier der IHK Metropolregion Rhein-Neckar mit dem Fazit: „Die regionale Rohstoffsicherung ist Schlüssel für Klimaschutz, Versorgungssicherheit und wirtschaftliche Resilienz. Politik, Wirtschaft und Gesellschaft müssen hier gemeinsam Verantwortung übernehmen.“ Eine zentrale Forderung in

diesem Zusammenhang ist die langfristige Sicherung wirtschaftlich nutzbarer Flächen. „Wer Entwicklung will, muss Flächen frühzeitig sichern, Genehmigungen beschleunigen und regionale Versorgungsketten stärken“, so die Positionierung der Vollversammlung.

Ein starkes Signal setzte der Veranstaltungsort: Die in.betrieb gGmbH in Nieder-Olm steht für gelebte Inklusion. Geschäftsführer Michael Huber gab eindrucksvolle Einblicke in die Arbeit mit Menschen mit Behinderung und machte deutlich: „Inklusion ist kein Extra – sie ist ein Gewinn für Betriebe und Region.“

MELANIE DIETZ, IHK FÜR RHEINHESSEN



IHK-JAHRESABSCHLUSS

Bei der Sitzung der IHK-Vollversammlung wurde auch der IHK-Jahresabschluss verabschiedet. Dieser findet sich unter



ihk.de/rheinhausen/finanzen



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

„Wir brauchen Sichtbarkeit“

Transformation braucht Kommunikation: Beim Treffen des Business Women Netzwerks der IHK für Rheinhessen im neuen DB CargoLab Mainz im September sprachen DB-Cargo-Chefin Dr. Sigrid Nikutta, die Präsidentin des Sozialverbands VdK Deutschland, Verena Bentele, und IHK-Hauptgeschäftsführerin Karina Szwede über Wandel, Teilhabe und Frauen in Führungspositionen.

Fotos: Stefan Sämmer



Von links nach rechts: IHK-Hauptgeschäftsführerin Karina Szwede, die damalige DB-Cargo-Chefin Dr. Sigrid Nikutta und die Präsidentin des Sozialverbands VdK Deutschland, Verena Bentele.

Frau Nikutta, Sie haben die Deutsche Bahn durch viele Veränderungen geführt. Was bedeutet Transformation für Sie?

Sigrid Nikutta: Transformation heißt für mich, Zukunft gestalten. Wir stehen bei DB Cargo mitten im größten Wandel unserer Geschichte. Unser Ziel ist, ab 2026 profitabel zu sein – und das schaffen wir, indem wir Digitalisierung und soziale Verantwortung zusammen denken. Wir qualifizieren unsere Mitarbeitenden weiter und schaffen neue Perspektiven im Konzern. Wandel gelingt nur, wenn er fair bleibt.

Verena Bentele: Für mich bedeutet Transformation, Menschen positiv in einen Veränderungsprozess mitzunehmen. Wir sollten nicht nur über Einsparungen und Sozialleistungsabbau sprechen, sondern über Chancen. Weiterbildung, Inklusion und Beteiligung, denn sie sind notwendige Investitionen in eine Gesellschaft, die älter und vielfältiger wird.

Karina Szwede: Transformation ist für mich immer auch eine Einladung, aktiv zu gestalten. Wirtschaft und Gesellschaft verändern sich rasant – wir haben die Verantwortung, diesen Wandel mitzugestalten, statt ihn einfach geschehen zu lassen. Gerade hier in Rheinhessen zeigen viele Unternehmen, wie das geht: mit Innovationsfreude, Mut und einem klaren Blick nach vorn.

Warum ist Mainz ein so passender Ort für diese Diskussion?

Sigrid Nikutta: Mainz ist das Herz von DB Cargo – und mit dem neuen CargoLab entsteht hier ein Zentrum für digitale Innovationen: von vernetzten Güterwagen über die digitale automatische Kupplung bis zu intelligenten Kamerabrücken. Wir sanieren hart, aber wir investieren zugleich in die Zukunft.



Karina Szwede: Unsere Region steht für Transformation, zusammen mit unserer IHK mit ihren rund 42.00 Mitgliedsunternehmen aller Branchen und Größen. Sie zeigen, dass hier Wandel gelingt – technologiegetrieben und im Dialog mit den Menschen. Mainz vereint Tradition, Wirtschaftskraft und Innovationsfreude.

Verena Bentele: Und genau solche Regionen brauchen wir. Mainz verbindet städtische Dynamik mit hoher Lebensqualität, zeigt Initiativen für nachhaltige Stadt und Sozialentwicklung und ist damit ein idealer Rahmen für Themen wie Teilhabe, Inklusion und Gleichstellung. Das ist zukunftsfähig!

Frau Szwede, die IHK engagiert sich stark für Gründerinnen. Welche Rolle spielt weibliches Unternehmertum im Wandel?

Karina Szwede: Eine sehr große. Wenn wir über Transformation sprechen, geht es immer auch um Innovation – und die entsteht, wenn Menschen Ideen umsetzen. Es sind zunehmend Frauen, die aus solchen Ideen dann ein eigenes Geschäftsmodell entwickeln. So wagten im vergangenen Jahr in Rheinland-Pfalz gut 10.500 Frauen den

Schritt in die Selbstständigkeit – so viele wie seit mehr als zehn Jahren nicht. Gleichzeitig gibt es immer noch Nachholbedarf: Der Anteil der Gründerinnen liegt insgesamt bei rund einem Drittel, in ihre Ideen fließt oft weniger Kapital. Das müssen wir ändern. Wenn wir Role Models sichtbar machen und zeigen, dass Erfolg machbar ist, gewinnen wir mehr Frauen für die Selbstständigkeit – und damit für die Zukunftsfähigkeit unserer Wirtschaft.

Sie sind Frauen in Führungspositionen – warum ist das Thema Netzwerke so relevant?

Karina Szwede: Weil echte Gleichstellung noch nicht erreicht ist. In Deutschland sind Frauen in Spitzenpositionen nach wie vor die Ausnahme. Frauennetzwerke schaffen Räume, in denen man offen sprechen kann – ohne sich ständig rechtfertigen zu müssen. Es geht um gegenseitige Unterstützung, nicht um Abgrenzung.

Verena Bentele: Frauen in Führungspositionen sind längst keine Ausnahme mehr – und doch werden sie noch immer anders

bewertet als ihre männlichen Kollegen, etwa weil sie Kinder haben, wegen ihres Alters oder ihrer Herkunft. Wir brauchen sichtbare Vorbilder in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft, die zeigen: Erfolg ist selbstverständlich weiblich.

Sigrid Nikutta: Angela Merkel hat einmal gesagt: Eine Schwalbe macht noch keinen Sommer. Einzelne Spitzenfrauen reichen nicht – wir brauchen Breite und Sichtbarkeit, in allen Branchen und auf allen Ebenen.

INTERVIEW: MELANIE DIETZ,
IHK FÜR RHEINHESSEN

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

Zwei neue IHK-Sachverständige

Unabhängige und qualifizierte Expertise wird immer wichtiger – dafür stehen die IHK-Sachverständigen in ihren unterschiedlichen Wissensgebieten. Im Oktober hat IHK-Präsident Dr. Marcus Walden zwei neue Sachverständige öffentlich bestellt und vereidigt:

- Jörg-Marten Gerdau, Sachverständiger für die Bewertung von bebauten und unbebauten Grundstücken, sowie
- Stefan Janzer-Schmidt, künftig tätig als öffentlich bestellter „Schiffseichaufnehmer“.

Mit ihnen wächst der Kreis der öffentlich bestellten Sachverständigen in Rheinhessen auf rund 50 Expertinnen und Experten in 29 Fachgebieten. Sie stehen für fachlich fundierte, neutrale Gutachten – gefragt sind sie immer dann, wenn Gerichte, Unternehmen oder private Auftraggeber objektive Einschätzungen benötigen. „Ob es um Immobilienwerte geht, technische Prüfungen oder komplexe Streitfragen: Sachverständige schaffen die Grundlage für nachvollziehbare und rechtssichere Entscheidungen“, macht IHK-Präsident Walden deutlich, und ergänzt: „Herr Gerdau und Herr Janzer-Schmidt haben ihre besondere Fachkompetenz, persönliche Integrität und Unabhängigkeit im Rahmen eines intensiven Prüfverfahrens eindrucksvoll unter Beweis gestellt und übernehmen nun Verantwortung in einem sensiblen und zugleich äußerst bedeutsamen Bereich.“



Fotos: Stefan Sämmer



„Geht nicht, gibt's nicht“

Mit unternehmerischem Mut, Weitsicht und großem ehrenamtlichen Engagement hat Karl-Wilhelm Faber jahrzehntelang den Wirtschaftsstandort Rheinhessen mitgeprägt. Kerngeschäft der deutschlandweit bekannten Wilhelm Faber GmbH aus Alzey war der Straßen-, Hoch- und Tiefbau sowie der Rohstoffbereich. 27 Jahre gehörte Karl-Wilhelm Faber der Vollversammlung der IHK für Rheinhessen an, zwölf Jahre dem Präsidium, davon sieben Jahre als Vizepräsident für die Region Bingen-Ingelheim-Alzey. Anlässlich seines Abschieds aus den IHK-Gremien blickt die 74-jährige Unternehmerpersönlichkeit im Gespräch mit dem Geschäftsführer der IHK in Bingen, Dr. Florian Steidl, zurück.



Herr Faber, als Bauunternehmer haben Sie besonders eng die wirtschaftliche Entwicklung von Rheinhessen mitgestaltet. Wie bewerten Sie die Entwicklung in den vergangenen 50 Jahren?

Industrie und Landwirtschaft waren früher bedeutender. Dienstleistungen und auch der Tourismus sind stark gewachsen. An der Entwicklung der Straßeninfrastruktur und Flächen war ich selbst beteiligt. Die Industrie war immer eine gute Grundlage für die wirtschaftliche Entwicklung.

Was waren bedeutende Herausforderungen für Ihr Bauunternehmen?

Besonders schwierig war der Beginn in Alzey nach unserem Umzug aus dem Hunsrück.

Mit günstigen Preisen bei guter Qualität und strategischer Planung konnten wir im Wettbewerb bestehen. Aber es gab immer wieder mal Krisen. 2004 war ich beinahe pleite. Öffentliche Auftraggeber haben ihre Rechnungen nicht bezahlt. Ich stand mit dem Rücken zur Wand. Erst durch das Eingreifen der Politik stieg die Zahlungsmoral der Behörden wieder.

Direkt nach Ihrem Bauingenieur-Studium hat Ihnen Ihr Vater das Familienunternehmen mit 100 Mitarbeitern übergeben. Damals waren Sie 25 Jahre alt. Das hätte schiefgehen können...

Das war ein Knaller meines Vaters, als er sehr krank war. Eigentlich wollte er, dass ich

Notar werde. Unser Zuhause war eine super Grundlage für meine Ausbildung. Am heimischen Mittagstisch habe ich kaufmännische Diskussionen mitbekommen, die Firma war mein Spielplatz. Mit elf Jahren hatte ich einen ausrangierten LKW als Spielzeug. Das Bauingenieurstudium war dann naheliegend.

Inwiefern hat Sie die frühe Übernahme von Verantwortung geprägt?

Ich war immer dafür, Menschen jung in Verantwortung zu bringen und ihnen viel zuzutrauen. Flache Hierarchien waren mir wichtig. In jedem Betrieb hatte ich eigenverantwortliche Geschäftsführer. Mitarbeiter habe ich machen und entscheiden lassen. Sie sollten in der Lage sein, alles auf Plausibilität zu überprüfen: Kann das sein? Verantwortung zu übernehmen, heißt für mich aber auch, für das Ergebnis geradestehen.

Was ist Ihr Wunsch an die Politik?

Die Eigenverantwortung und damit auch die Entscheidungsfähigkeit der Mitarbeiter in der öffentlichen Verwaltung muss dringend gestärkt werden. Wir müssen wegkommen vom Wegdelegieren von Verantwortung! Das kann ein Beitrag zur Bürokratieentlastung sein.

Mitarbeiter sind für Sie das einzige Kapital einer Baufirma. Welchen Stellenwert hat da die Berufsausbildung?

Bis zu zehn Prozent der Belegschaft waren Auszubildende. Die duale Berufsausbildung ist unbezahlbar. Nachwuchsgewinnung aus dem eigenen „Stall“ schafft eine hohe



Identifikation mit dem Unternehmen. Das Erfolgs-Gen für die weitere Entwicklung ist dann das Wollen, der Hunger auf Erfolg. Bei mir kam dann noch die Begeisterung für moderne Technik und Unternehmergeist hinzu.

Der IHK sind Sie seit Jahrzehnten eng verbunden. Was ließ Sie zu einem IHK-Fan werden?

Mich hat begeistert, dass die IHK keine staatliche Einrichtung ist, sondern ein Selbstverwaltungsorgan der Wirtschaft. Jedes Unternehmen hat dort eine Stimme, die gleich viel zählt. Ich habe auf eine moderne IHK Wert gelegt, mit passenden Serviceangeboten. Am wichtigsten aber ist ihre Aufgabe als Sprachrohr der Wirtschaft. Mir war es immer wichtig, die Stimme der Wirtschaft einzubringen, beispielsweise beim ovalen Tisch der Ministerpräsidentin.

Dabei haben Sie immer die Bodenhaftung behalten. Was wünschen Sie für Ihre Nachfolge im IHK-Präsidium?

Ein gutes Augenmaß für das ordnungspolitisch Machbare und eine konstruktiv-kritische Begleitung der IHK-Arbeit.

Haben Sie einen Rat an junge Unternehmerinnen und Unternehmer?

Mir hat immer geholfen, einen guten Plan zu haben, wo ich als Unternehmer hinwill. Wenn jemand sagt: „Das geht nicht“, habe ich mich daran versucht und meinen Plan verfolgt. Einen Plan immer weiterzuentwickeln, umfasst auch die Regelung der Nachfolge. Zudem sind Netzwerke wichtig. Kontakte schaden nur dem, der keine hat.

Ihre Betriebe sind in guten Händen. Sie könnten sich also entspannen...

Tatsächlich will ich mich stärker meinem Privatleben widmen: Reisen, Jagen, Oldtimer.

In Ihrem Büro stehen mannshohe Vitruinen mit kleinen Modellen von Baumaschinen. Welches ist Ihr liebstes Baufahrzeug?

Eine große Planierdraupe oder ein Montierbagger. Es ist eine Kunst, sie diffizil zu beherrschen.

Herr Faber, es war mir eine Freude, die letzten drei Jahre mit Ihnen zusammenzuarbeiten. Alles Gute für die Zukunft!

Eine längere Version des Interviews findet sich im Online-Magazin unter



ihk.de/rheinhausen/magazin

DAS UNTERNEHMEN

- 1909 im Hunsrück gegründetes Lohndruschunternehmen „Wilhelm Faber“
- Expansion zu einer mittelständischen Firmengruppe: Asphaltwerk, Betonwerk, Hoch- und Industriebau, Steinbrüche, Ingenieurdienstleistungen.
- Auf dem Höhepunkt hatte die Faber Gruppe mit Hauptsitz in Alzey Niederlassungen im Hunsrück, Hessen und Sachsen und in 15 Ländern weltweit mit 1.200 Beschäftigten weltweit und machte 250 Millionen Euro Umsatz
- 2010 Verkauf von Faber Bau an den französischen Baukonzern Eiffage
- Heute steht die Faber Gruppe für Architektur, Projektentwicklung sowie Immobilien- und Personalmanagement

DER UNTERNEHMER

- 1951 im Hunsrück geboren, Abitur in Alzey, Studium Diplom-Bauingenieur an der TH Karlsruhe
- 1976 Eintritt in das väterliche Unternehmen Faber Bauunternehmung OHG
- 1980 Geschäftsführender Mehrheitsgesellschafter der Wilhelm Faber KG
- 2004 bis 2018 Präsident des Landesverbandes Bauindustrie Rheinland-Pfalz
- 1998-2025 Vollversammlung IHK für Rheinhessen, 2013-2025 Präsidium, 2018-2025 Vizepräsident für die Region Bingen-Ingelheim-Alzey

JAHRES EMPFAANG DER WIRTSCHAFT

Dialog mit der Politik



Jean-Claude Juncker
Präsident der Europäischen
Kommission a. D.



Alexander Schweitzer
Ministerpräsident des
Landes Rheinland-Pfalz

**Montag,
2. Februar 2026**

Rheingoldhalle Mainz

 jahresempfang.de

„Rheinhausen hat gezeigt, was Zusammenhalt bewirken kann“

Peter Hähner prägte als Präsident der IHK für Rheinhausen die Jahre von Pandemie, Transformation und Biotech-Boom. Auch nach seiner Amtszeit an der Spitze des IHK-Ehrenamts im Jahr 2023 begleitete er als Regionalvorstand der Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) weiterhin zentrale Entwicklungen in Rheinhausen. Zum Jahresende verabschiedet er sich nun aus seiner aktiven Rolle bei der LBBW und übergibt an Ann-Kristin Stetefeld. Im Gespräch zieht er Bilanz – über Verantwortung, Ehrenamt und die Zukunft der Biotechnologie.

Foto: LBBW



Peter Hähner

Herr Hähner, wie blicken Sie auf Ihre Zeit als IHK-Präsident zurück?

Mit großem Respekt und Dankbarkeit. Es war immer eine Teamleistung – getragen vom engagierten Hauptamt und den vielen Kolleginnen und Kollegen im Ehrenamt, die gemeinsam die Arbeit der IHK und ihre Rolle für die regionale Wirtschaft geprägt haben. Besonders beeindruckt hat mich, wie unsere Mitgliedsunternehmen in der Pandemie Verantwortung übernommen haben. Sie haben weiter ausgebildet, Infektionsschutz organisiert, durchgehalten – und damit die Region wirtschaftlich stabilisiert.

Was war Ihnen in Ihrer Amtszeit besonders wichtig?

Ganz klar: die Nachwuchsarbeit. Der Kontakt mit jungen Menschen – ob bei Zeugnisverleihungen, Berufsinformessen oder Projekten wie dem „Tag der Technik“ – war immer ein Highlight. Als Vater von drei Töchtern liegt mir Ausbildung sehr am Herzen. Leider erleben wir noch zu oft, dass Schulen und Universitäten, Presse, Funk und Fernsehen, Eltern, Politik und Unternehmen nicht im Gleichklang handeln. Wir brauchen einen

echten Schulterschluss, damit junge Menschen sowohl ihren Weg als auch Spaß und Freude an Ausbildung und Beruf finden.

Was hat Sie motiviert, das Ehrenamt als Präsident zu übernehmen?

Ich wollte der Region etwas zurückgeben. Rheinhausen und die damalige Rheinland-Pfalz Bank haben mich hier sehr offen und herzlich aufgenommen, und ich habe früh gespürt, wie stark die Unternehmen in der Region vernetzt sind. Dieses Engagement wollte ich spiegeln. Ehrenamt heißt, Verantwortung zu übernehmen – für die Wirtschaft, aber auch für die Gesellschaft. Ich kann jedem nur empfehlen, sich einzubringen: Es muss ja nicht gleich das Präsidium sein. Ausschüsse, Prüfungsausschüsse, Mentoring – es gibt unzählige Möglichkeiten. Wer einmal damit anfängt, spürt, wie erfüllend das ist.

Sie haben den Begriff der „Jahrhundertchance“ für den Biotech-Erfolg geprägt. Wie sehen Sie die Entwicklung heute?

BioNTech war und ist ein Segen für die Region. Viele haben das Unternehmen allerdings zu sehr mit dem Corona-Impfstoff identifiziert – dabei liegt der Fokus längst wieder auf der Krebsforschung. Mainz und Rheinhausen profitieren enorm von dieser Dynamik, aber sie dürfen sich nicht darauf ausruhen. Es braucht eine verlässliche Infrastruktur: bezahlbaren Wohnraum, Schulen, Kitas, Straßen. Und die Stadt muss ihr Erscheinungsbild pflegen – eine lebendige Altstadt, Kultur, Lebensqualität. Nur dann

ZUR PERSON

Peter Hähner, Jahrgang 1958, ist Betriebswirt und war seit 2013 für die Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) tätig, zuletzt als Mitglied des Regionalvorstands Nord/West. Von 2021 bis 2023 stand er zudem an der Spitze der IHK für Rheinhausen und wurde zu seinem Abschied aus dem Ehrenamt mit der IHK-Verdienstmedaille in Gold ausgezeichnet. Zum Jahresende verabschiedet sich Hähner aus seiner aktiven Rolle bei der LBBW. Seine Nachfolge im Regionalvorstand Nord/West übernimmt zum 1. Januar 2026 Ann-Kristin Stetefeld, die seit April 2023 Vorstandsmitglied in der BW-Bank mit Sitz in Mannheim ist.

bleibt die Region attraktiv für Fachkräfte und Gründerinnen und Gründer.

Welche weiteren Potenziale sehen Sie?

Neben Biotech hat Rheinhausen in vielen Bereichen enorme Stärken: von Glas und Pharmazie über Forschung bis hin zu Tourismus, Kunst und Kultur. Wir sollten die großen Namen der Region – Gutenberg, den Mainzer Dom, Schott – stärker als Marken verstehen. Rheinhausen darf nicht auf Wein, Worscht und Fastnacht reduziert werden.

DAS INTERVIEW FÜHRTE MELANIE DIETZ,
IHK FÜR RHEINHESSEN

„Das erweitert den Horizont“

Zwölf Jahre Engagement für die Wirtschaft in Rheinhessen – nun führt Lisa Haus die IHK zu Schwerin. Im Gespräch spricht die 35-Jährige über ihren Weg, wichtige Erfahrungen und darüber, was sie mit Blick auf ihre neue Aufgabe begleitet.

Foto: Anne-Kathrin Brunier



Lisa Haus

Frau Haus, nach zwölf Jahren bei der IHK für Rheinhessen sind Sie zum 1. Oktober als IHK-Hauptgeschäftsführerin nach Schwerin gewechselt. Was hat den Ausschlag für diesen Schritt gegeben?

So eine Entscheidung fällt nicht an einem einzigen Tag – sie ist ein Prozess. Ich glaube, es gibt im Leben Chancen, die man einfach ergreifen muss. Die Bestellung zur Hauptgeschäftsführerin ist für mich eine große Ehre, besonders, weil mir das Ehrenamt in Schwerin als jüngster Hauptgeschäftsführerin Deutschlands dieses Vertrauen schenkt. Ich bin jemand, der bewusst die Komfortzone verlässt. Nur so kann man wachsen. Und ja – manchmal bedeutet das eben auch, ins kalte Wasser zu springen.

NEUES AUS DER IHK-FÜHRUNGSEBENE

Bekannte und neue Gesichter übernehmen neue Verantwortung in der IHK für Rheinhessen: Zum 1. November 2025 tritt Oliver Sacha die Position des Bereichsleiters Unternehmensservice an. Der 41-Jährige war bisher als Abteilungsleiter Unternehmensgründung und Unternehmensförderung / Innovation in der IHK aktiv. Mit seiner neuen Aufgabe trägt er künftig die Verantwortung für die Abteilungen International, Recht, Fachkräftesicherung und Gründung. Zum 1. Januar 2026 begrüßt die IHK außerdem Dr. Michael Vössing als Bereichsleiter Aus- und Weiterbildung. Er übernimmt die Leitung der Abteilungen Aus- und Weiterbildung kaufmännischer Bereich, Aus- und Weiterbildung gewerblich-technischer Bereich sowie Weiterbildung.

Von den Weinbergen ans Meer – was reizt Sie am neuen Standort?

Ich liebe Wasser ebenso wie Berge. In Schwerin gibt es gleich sieben Seen – und die Ostsee ist nicht weit. Gleichzeitig bleibe ich in einer Landeshauptstadt. Mich reizt es, in einer Region zu arbeiten, die andere strukturelle Voraussetzungen hat als Rheinhessen – das bietet die Chance, zu beweisen, dass man auch in einem anderen Umfeld gestalten kann. Und es erweitert den Horizont.

Was wird Ihnen in Rheinhessen besonders fehlen?

Ganz klar: die Menschen. Mein Leben hier war und ist durch Begegnungen geprägt – durch großartige Kolleginnen und Kollegen, engagierte Unternehmerinnen und Unternehmer, Ehrenamtliche, mit denen ich viel bewegt habe. Ihnen allen gilt mein großer Dank – wir haben gemeinsam sehr viele tolle Projekte umsetzen können, und ich verlasse ein gut aufgestelltes Haus. Natürlich wird mir aber auch all das fehlen, was typisch für Rheinhessen ist: die Fastnacht, der Wein und die besondere Lebensart. Aber zum Glück kann man ja immer wiederkommen – nicht nur zum Rosenmontagszug.

Fachkräftesicherung war eines Ihrer großen Themen – diese bleibt überall eine der großen Herausforderungen für die Wirtschaft. Welche Erkenntnisse aus Rheinhessen nehmen Sie mit?

Am Ende des Tages geht es immer um Menschen. Ich erinnere mich besonders gern an Projekte wie startup@school, die junge Menschen für Unternehmertum begeistern. Es geht darum, unternehmerisches Denken zu fördern, nicht nur bei Gründerinnen und Gründern, sondern bereits in der Schule und auch in Angestelltenverhältnissen. Wenn man dann sieht, dass solche Initiativen Früchte tragen und Begeisterung wecken, ist das das Schönste an der Arbeit.

Ein bisschen Mainzer Fastnacht im Norden – wird es das geben?

(Lacht) Mal sehen! In Mecklenburg-Vorpommern liegen die Winterferien perfekt in der Fastnachtszeit – das ist also eine gute Voraussetzung. Ich finde, jede Region hat ihre eigene Kultur, und das ist auch gut so. Aber wer weiß: Immerhin gibt es dort schon ein Weinfest – mit rheinland-pfälzischen Weinen.

INTERVIEW: MELANIE DIETZ,
IHK FÜR RHEINHESSEN

HALLEN

Industrie | Gewerbe | Stahlbau



PLANUNG

PRODUKTION

MONTAGE



Wolf System GmbH
94486 Osterhofen



09932 37-0
mail@wolfsystem.de
www.wolfsystem.de

„Wer gründen will, kommt nicht daran vorbei“

Von 17. bis 23. November stehen in Mainz und Worms die Gründungswochen an. In einer Reihe kostenfreier Veranstaltungen informiert das Gründungsnetzwerk über alle wichtigen Aspekte rund um den Start in die Selbstständigkeit. Mit dabei sind auch der Business Angel Klaus Wächter und die Gründungsberaterin Nina Behringer. Im Interview erzählen sie, warum sich eine Teilnahme lohnt und wie man sich am besten darauf vorbereitet.

Foto: Carola Schmitt



Nina Behringer

Was erwarten Sie von der Gründungswoche?

Wächter: Die Gründungswoche ist die perfekte Gelegenheit, in wenigen Tagen das rheinland-pfälzische Gründungs-Ökosystem kennen zu lernen. Dazu gibt es eine Vielzahl an hochwertigen Vorträgen und Workshops. Wer ernsthaft gründen will, kommt daran nicht vorbei.

Behringer: Ich freue mich auf intensive Gespräche mit Gründungsinteressierten, die noch nicht gestartet sind und die Gründungswoche dazu nutzen, sich zu orientieren und Informationen zusammenzutragen.

Was haben Sie aus den vergangenen Gründungswochen mitgenommen?

Behringer: Aus den vergangenen Auflagen habe ich nicht nur interessante Kontakte und neue Kunden mitgenommen, sondern auch neue Impulse für meine eigene Selbstständigkeit als Beraterin.

Wächter: Als Investor habe ich viele interessante Gründer mit spannenden Geschäftsideen kennen gelernt. Dadurch wächst mein Netzwerk. Bisher ist daraus zwar noch keine Beteiligung entstanden. Aber ich konnte mit Rat und Tat zur Seite stehen.

„Mit der Gründungswoche möchten wir Mut machen, den Schritt in die Selbstständigkeit zu gehen – und zeigen, welche Unterstützung in unserer Region verfügbar ist.“

*Nina Macher, Geschäftsführerin
IHK-Dienstleistungszentrum Worms*



Klaus Wächter

Welche Chancen bietet das alles für angehende Gründerinnen und Gründer?

Wächter: Es zeigt sich immer wieder, dass erfolgreiche Gründer über ein großes Netzwerk verfügen, ob mit anderen Gründern oder Experten. Die Gründungswoche bietet eine ideale Gelegenheit, ein Netzwerk auf- und auszubauen.

Behringer: Gründungsinteressierte erhalten in einer Woche eine Rundumversorgung mit allen wichtigen Themen rund um den Aufbau einer Selbstständigkeit – und zudem unbürokratisch Zugang zu wichtigen Ressourcen aus der Region. Auch junge Unternehmen, die bereits gegründet haben, bringt das Programm weiter. Sie können gezielt nach Themen suchen, bei denen sie sich noch nicht perfekt aufgestellt fühlen. Vom Marketingkonzept bis hin zu meinem Thema: den Planzahlen für Investoren und Banken.

Was ist Ihr Tipp, um sich optimal auf die Teilnahme vorzubereiten?

Behringer: Vorab ist es hilfreich, sich die richtigen Fragen zu stellen: Wo stehe ich gerade im Gründungsprozess und wo möchte ich in ein paar Monaten stehen? Welche Themenfelder interessieren mich mehr, welche weniger? Erfolgreiche Gründerinnen und Gründer kennen ihre blinden Flecken und wissen, wer ihnen helfen kann. Ein weiterer Tipp: in ein, zwei Sätzen kurz und knackig die eigene Geschäftsidee vorstellen können, damit möglichst viele und gute Kontakte geknüpft werden können.

Wächter: Es gibt einen bunten Strauß an Angeboten. Tipp 1: gezielt die richtigen Workshops und Vorträge aussuchen. Tipp 2: unbedingt

Foto: Karina Schuh

mit anderen Gründern, Unternehmern und Experten vernetzen. Die eigene Idee pitchen und Feedback einholen. Idealerweise findet man bei der Gründungswoche auch Co-Founder.

Welche Motivation haben Sie selbst, teilzunehmen?

Wächter: Ich bin seit zehn Jahren Vorsitzender der Business Angels Rheinland-Pfalz. Ein Verein mit neunzig Investoren. Mein Anliegen ist es, mit meiner Expertise die Start-up- und Investoren-Szene in Rheinland-Pfalz zu fördern und weiter auszubauen.

Behringer: Ich bin seit mehr als 20 Jahren in der Gründerszene aktiv

„Wissen teilen, Netzwerke knüpfen und Inspiration sammeln – das sind die drei großen Mehrwerte, die unsere Woche bietet.“

Prof. Dr. Michael Graef, Hochschule Worms

und freue mich über jeden Menschen, der den Mut aufbringt, die Verantwortung für eine berufliche Selbstständigkeit zu übernehmen. Da ich leider auch häufig gesehen habe, wie es nicht gut funktion-

„Gründung lebt vom Austausch und vom Mut, Neues auszuprobieren. Mit der Gründungswoche schaffen wir Raum für Begegnungen, Inspiration und praxisnahe Einblicke.“

*Dr. Dennis Stabler, Geschäftsführer
Digital Hub Worms*

niert, möchte ich meine Erfahrung teilen und dennoch Menschen dazu motivieren, diesen tollen Schritt zu gehen. Frei nach dem Motto: „Wer hohe Türme bauen will, muss lange am Fundament verweilen“ von Anton Bruckner.

INTERVIEW: TORBEN SCHRÖDER,
FREIER JOURNALIST



mainzer-gruendungswoche.de
wormser-gruendungswoche.de

10 JAHRE MAINZER GRÜNDUNGSWOCHE

WORKSHOPS,
SEMINARE, NETZWERK-
& PITCH EVENTS



17. BIS 23. NOV. 2025

Anmeldung und weitere Informationen auf:
MAINZER-GRÜNDUNGSWOCHE.DE
INSTAGRAM @GRUENDEN_MZ



 Landeshauptstadt
Mainz

 IHRH

 ISB

DEINE IDEE. DEINE GRÜNDUNG. DEINE WOCHE!

Workshops, Beratung und Impulse für
Gründungsinteressierte,
Gründerinnen und Gründer,
Startups und Scaleups





WORMSER GRÜNDUNGSWOCHE

17.-21. November 2025

Alle Veranstaltungen sind kostenfrei. Infos und Anmelde-möglichkeit unter
www.wormser-gruendungswoche.de

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

2x modernes Longevity Spa
MZ-A 19/25

++++++

Premium E-Bike-Prestigestore mit Top-Marge im Rhein-Main-Gebiet
MZ-A 18/25

++++++

Einzelhandelsgeschäft für Feinkost, Spirituosen, Essige, Öle u.v.m
MZ-A 17/25

++++++

Elektronik Bauteile Fachhandel Mainz-Wiesbaden-Frankfurt
MZ-A 16/25

++++++

Eingetragene Kauffrau sucht Nachfolge für etablierte Seminar-etage
MZ-A 15/25

++++++

Copyshop/Druckwerkstatt
MZ-A 14/25

++++++

KompetenzCenter rund um Drucker, Tinte und Toner in Mainz zu verkaufen
MZ-A 13/25

++++++

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

++++++

Folienbeschriftungen, Digitaldruck
MZ-A 11/25

++++++

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

++++++

Nachfolgegesuch 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

++++++

Kaufgesuche

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

++++++

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

++++++

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

++++++

Kaufgesuch – Gebäudedienstleistungen / Hausmeisterservice im Rhein-Main-Gebiet
MZ-G 6/25

++++++

Teilhabender Gesellschafter oder Nachfolger
MZ-G 7/25



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   



Tausende Jugendliche nutzten Sprungbrett für Berufseinstieg

Wie finde ich meinen Weg nach der Schule? Diese Frage bewegt tausende Jugendliche jedes Jahr. Bei der Berufsinformemesse BIM in der Mainzer Rheingoldhalle gab es Antworten: Bei der größten Veranstaltung für Berufsorientierung in Rheinhessen waren Ende August mehr als 140 Aussteller und tausende von Besuchern unterwegs.

„Die Berufswahl ist für junge Menschen ein entscheidender Schritt – und die BIM bietet dafür praxisnahe, erlebnisorientierte und niedrigschwellige Unterstützung“, betonte Dr. Marcus Walden, Präsident der IHK für Rheinhessen, beim Messerundgang. „Hier können Jugendliche direkt mit Ausbildern und Azubis sprechen, Berufe ausprobieren und so realistische Entscheidungen für ihren Weg in die Zukunft treffen.“ Auch die Handwerkskammer Rheinhessen unterstrich die Bedeutung der Messe. Präsident Hans-Jörg Friese erklärte: „Gerade in wirtschaftlich angespannten Zeiten bleibt die duale Ausbildung ein sicherer und attraktiver Karriereweg.“





Neu: Bühnenprogramm und Azubi-Interviews

Zu entdecken gab es zehn Aktionsbereiche – von der Technik-Meile über den Gastro-Basar bis zu den „Lebenden Werkstätten“. In der #könnenlernen-Lounge konnten Jugendliche ihre Bewerbungsunterlagen direkt checken lassen. Bei der Last-Minute-Börse fanden Kurzzentschlossene Ausbildungsplätze noch für 2025 – oder sie sicherten sich schon Plätze für 2026. Erstmals gab es in diesem Jahr ein Bühnenprogramm an beiden Messetagen. Unter dem Motto „Entdecke deinen Traumberuf“ berichteten Azubis und Fachkräfte aus der Praxis, Betriebe stellten Berufsfelder vor und gaben Tipps rund um Berufsorientierung und Berufseinstieg.

Für Studienzweifler gab es eigene Programmpunkte: So berichteten ehemalige Studierende über ihren erfolgreichen Wechsel in die Ausbildung. Zudem stand der neue Aktionsbereich des Netzwerks „Durchstarten Rheinhessen“ mit Informationen und Beratungsmöglichkeiten für Studienzweifler und -aussteiger zur Verfügung.

„Die Rheingoldhalle bietet mit ihrer zentralen Lage und der hohen räumlichen Flexibilität den idealen Rahmen für die unterschiedlichen Aktionsbereiche“, betonte Marc André Glöckner, Geschäftsführer von mainzplus CITYMARKETING. „Dabei präsentieren wir auch die Ausbildungsmöglichkeiten in der Veranstaltungsbranche. Wir legen hier großen Wert auf eine Ausbildung, die Eigenverantwortung fördert und gleichzeitig eine verlässliche Begleitung sicherstellt – ein Ansatz, der sich auch im Charakter der BIM widerspiegelt.“

Mehr als Messe: Digitale Angebote und Eltern im Fokus

Bereits im Vorfeld hatten rund 800 Teilnehmende die BerufsInfo-Online genutzt, um sich in über 30 Webinaren zu informieren. Besonders stark nachgefragt waren IT-Berufe sowie das Eltern-Webinar. Eltern selbst spielen eine zentrale Rolle im Orientierungsprozess. Deshalb gab es für sie am Messesamstag auch ein eigenes Beratungsangebot mit Tipps rund um Ausbildung und Studium.

Bei der Messe zeigte sich, wie engagiert die Unternehmen der Region nach Fachkräften suchen – das passt zum Ergebnis der DIHK-Ausbildungsumfrage. Demnach konnten bundesweit nur gut die Hälfte der Unternehmen alle Ausbildungsplätze besetzen – vor allem, weil Bewerberinnen und Bewerber fehlen. Gleichzeitig planen drei Viertel der Betriebe, ihre Ausbildungsplätze trotz angespannter Lage stabil zu halten oder sogar auszubauen.

BIM 2026

Die IHK für Rheinhessen veranstaltet jedes Jahr zusammen mit ihren Partnern drei große Berufsinformessen. Für 2026 sind geplant:

- > 21. Februar – BIM Ingelheim/Bingen
- > 8. und 9. Mai – BIM Worms
- > 28. und 29. August – BIM Mainz

Weitere Informationen und Eindrücke zu den Messen 2026 finden sich unter:



bim-rheinhessen.de



Eindrücke vom Tag der Technik 2024 in Mainz und Worms.

Technik ganz praktisch

Am Tag der Technik Mitte November in Mainz und Worms stellen knapp 70 Unternehmen und Institutionen Ausbildungsberufe vor – mit vielen Mitmach-Aktionen.

Mitmachen, Ausprobieren, Durchstarten: Beim Tag der Technik laden die IHK für Rheinhessen, das ILW Mainz und das DRK-Berufsbildungswerk Worms Jugendliche, Eltern, Lehrkräfte und Unternehmensverantwortliche ein, die technischen Ausbildungsberufe ganz praktisch zu erleben. Knapp 50 Unternehmen und Institutionen sind in Mainz vor Ort, knapp 20 in Worms.

Unternehmen, Bildungseinrichtungen und Institutionen aus Bauwirtschaft, Chemie und Pharmazie, Glas verarbeitender Industrie, Informatik, Luftfahrttechnik, Maschinenbau, Metall- und Elektroindustrie, Mobilität, Öffentlichem Dienst und Papierindustrie stellen sich vor. Mitmachen ist ausdrücklich erwünscht bei Angeboten wie „Game of Löt“, im 3D VR-Flugsimulator, beim Bedienen eines Krans oder beim Schweißen von Metall und Kunststoff. Meist dürfen die Werkstücke mit nach Hause genommen werden. Auch Virtual-Reality-Erlebnisse, CNC-Maschinen oder ein Technik-Quiz machen die Lehrberufe greifbar.

Ausbildung für Werkfeuerwehrlaute startet in Mainz

Erstmals bietet die Berufsfeuerwehr Mainz Einblick in die Ausbildung zu Werkfeuerwehrlaute, die vom kommenden Jahr an auch in Rheinland-Pfalz – und im Pilotprojekt in der Landeshauptstadt – begonnen werden kann. Auch hier sind Mitmachaktionen geplant, wie Henri Lachmann berichtet. Der ehemalige Ausbildungsleiter bei der Frankfurter Flughafen-Feuerwehr berät die Brandschützer in Mainz bei der Einführung des Ausbildungsberufs. „Den Beruf gibt es

seit 2009 in Deutschland“, erzählt Lachmann, „die Ausbildung kann direkt nach der Schule begonnen werden, ohne vorherige anderweitige technische Berufsausbildung.“ Vermittelt wird alles, was Feuerwehrlaute zu tun haben. „Wer kommt nach uns? Meist niemand mehr. Wir müssen die Lösungen finden“, sagt Lachmann. „Deshalb gibt es im Grunde nichts, was Feuerwehrlaute nicht können sollten.“

Daher werden Module in Kfz-, Elektro-, Holz-, Metall-, Klima- und Wassertechnik, Maurer-, Dachdecker- und Zimmerarbeiten in den ersten 18 Monaten vermittelt. Nach der handwerklichen Teilabschlussprüfung haben die Auszubildenden ein breites Basiswissen. Es schließt sich die Rettungsdienst-Ausbildung an. Ergänzend sind Praktika vorgesehen, und zum Abschluss auch Begleitungen im Einsatzdienst. „Der Personalbedarf ist groß, die Übernahmechancen sind gut“, sagt Lachmann.

Zwei Tage vor dem Tag der Technik in Mainz steigt im ILW der „WorldSkills Regio Cup“: Zehn Auszubildende im Bereich Elektrotechnik lösen praxisnahe Aufgaben und werden dabei von einer Experten-Jury bewertet. „Es handelt sich um Aufgaben aus dem Ausbildungskontext“, sagt Daniel Kitz, Teamleiter Elektrotechnik & Mechatronik beim ILW, „beispielsweise löten, verdrahten oder verschlauchten.“ Nach Kennenlernen und Trainingsprogramm am Mittwoch findet am Donnerstag der eigentliche Wettkampf mit geladenen Gästen statt – und am Freitag die Siegerehrung – im Rahmen des Tags der Technik. Die Projekte der Gewinner können vor Ort betrachtet werden, und es ist auch geplant, dass die Besucher die ein oder andere Übung selbst ausprobieren.



„Der Tag der Technik bietet einen praktischen Einblick in die Berufswelt“, sagt Kitz, „es sind Ansprechpartner mit Ausbilder- und Ausbildungsleitungsfunktion vor Ort. Wer schlau ist, hat seine Bewerbung gleich mit dabei.“

Alle Schulen in Rheinhessen wurden eingeladen, insgesamt werden in Mainz und Worms gut 2.000 Besucher erwartet. „Perfekt präpariert ist man, wenn es schon eine Vorbereitung in der Berufs-

orientierung der Schule gab“, stellt Kitz fest. Zudem lohnt ein Blick in die Liste der teilnehmenden Unternehmen, um diese gezielt anzu- steuern. Auch ehemalige Besucher, die sich heute selbst in den tech- nischen Berufen wiederfinden, stellen ihre Berufe vor und berichten aus erster Hand über den Weg ihrer Berufsorientierung sowie die Vorteile einer gewerblich-technischen Berufsausbildung. Der „Tag der Technik“ bietet die Gelegenheit, mit Auszubildenden, Ausbildern und Personalverantwortlichen auf Augenhöhe ins Gespräch zu kom- men. Zahlreiche Praktika und Ausbildungsverhältnisse sind in den vergangenen Jahren aus dem Aktionstag hervorgegangen.

TORBEN SCHRÖDER, FREIER JOURNALIST

TAG DER TECHNIK

Unter dem Motto „Entdecke Ausbildung mit Zukunft“ haben Jugendliche die Möglichkeit, technische Berufe auszuprobieren – von A wie Anlagen steuern bis Z wie zerspanen mit modernsten CNC-Bearbeitungszentren. Der Tag der Technik findet am 14. und 15. November im Industrie-Institut für Lehre und Weiterbildung in Mainz und am 13. und 14. November in Worms in den Werkstätten des DRK-Berufsbildungswerks, Eckenbertstraße 60, statt. Die Teilnahme ist kostenlos und auch noch spontan ohne Anmeldung möglich.



ihk.de/rheinhausen/tagdertechnik



**TAG DER
TECHNIK**

Entdecke Ausbildung *mit Zukunft*

WORMS:
13. + 14. November

MAINZ:
14. + 15. November








IHK Rheinhausen

**TECHNIK ERLEBEN - BERUF FINDEN -
DURCHSTARTEN!**

**EINTRITT KOSTENLOS -
ANMELDUNG ERWÜNSCHT:**





Digitale Strategien als Schlüssel zur Fachkräftesicherung

Der Fachkräftemangel gehört zu den Top-Geschäftsrisiken für Unternehmen in Rheinland-Pfalz. Dabei zeigt der Fachkräftereport 2025 der IHK-Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz: Digitale Strategien sind entscheidend für Gewinnung, Bindung und Förderung von Mitarbeitenden.

Der Fachkräftereport zeigt: Dort, wo digitale Lösungen bereits eingesetzt werden, überzeugt ihr Nutzen. Demnach bezeichnen 87 Prozent der Unternehmen digitale Tools im Personalmanagement als hilfreich oder sehr hilfreich. „Digitale Strategien sind kein Zusatz, sondern ein Schlüssel, um im Wettbewerb um Talente erfolgreich zu bleiben“, macht Karina Szwede, Hauptgeschäftsführerin der IHK für Rheinhessen, deutlich.

Die Unternehmenswebsite ist mit 81 Prozent der meistgenutzte Rekrutierungskanal, gefolgt von Online-Stellenanzeigen sowie Jobbörsen und sozialen Medien. Bei Social Media setzen Unternehmen vor allem auf Instagram, Facebook und LinkedIn. Andere Kanäle wie Messenger-Dienste, Recruiting-Apps oder TikTok spielen bislang nur eine geringe Rolle. Mehr als die Hälfte der

Befragten nennt mobiles Arbeiten als effektivste Maßnahme zur Personalbindung, erläutert Viktoria Braun, Sprecherin der Arbeitsgruppe Fachkräftesicherung Rheinland-Pfalz. Weitere Potenziale liegen insbesondere in digitaler Gesundheitsförderung und digitalen Feedbackprozessen.

Digitalisierung im Personalmanagement: Treiber für Effizienz und Innovation

Etwa 60 Prozent der Befragten bewerten Künstliche Intelligenz und Digitalisierung im Personalmanagement positiv, vor allem im Hinblick auf Automatisierung, datenbasierte Personalentwicklung, flexible Arbeitsmodelle und die Arbeitgebermarke. Neue Technologien gelten damit als Treiber für Effizienz und Innovation. Gleichzeitig äußern rund 30 Prozent Bedenken, etwa wegen Datenschutz, dem Verlust persönlicher Kontakte, Überforderung kleinerer Betriebe oder fehlender Kompetenzen, während 10 Prozent unentschieden bleiben. Insgesamt sehen 86 Prozent der Arbeitgeber digitale Technologien als Unterstützung, 76 Prozent berichten von Entlastung im Alltag und 58 Prozent bewerten sie insgesamt als Chance. Nur rund ein Viertel geht davon aus, dass Technik Mitarbeitende ersetzen könnte.

Die IHKs in Rheinland-Pfalz unterstützen Unternehmen mit Ideenpapieren, Praxistipps, Netzwerken und individueller Beratung. „Die rheinland-pfälzischen Arbeitgeber sind engagiert und vernetzt – wir begleiten sie dabei aktiv“, sagt IHK-Hauptgeschäftsführerin Karina Szwede. Seit 2023 bündeln die IHKs ihre Aktivitäten zudem im Aktionsplan Fachkräfte, der konkrete Projekte an Schulen, Beratungsangebote für Unternehmen und politische Forderungen umfasst.



ihk-rlp.de/fachkraefte

FACHKRÄFTEREPORT 2025

Die Ergebnisse des Reports basieren auf den Antworten von rund 500 Unternehmen unterschiedlicher Branchen und Größen aus Rheinland-Pfalz. Vorgestellt wurden sie im Oktober in der IHK für Rheinhessen in Mainz vor Vertreterinnen und Vertretern aus Politik und Wirtschaft. Ergänzt wurde die Präsentation durch einen Praxistalk mit den Preisträgern des Wettbewerbs „Attraktiver Arbeitgeber Rheinland-Pfalz“. Der vollständige Fachkräftereport 2025 findet sich unter



ihk-rlp.de/fachkraeftereport





Einsatz, der Eindruck macht

Sie geben neben ihrer Ausbildung Tanzunterricht für Kinder, organisieren Jugendcamps, engagieren sich bei der freiwilligen Feuerwehr, helfen alten Menschen oder glänzen im Sport: Acht Auszubildende aus Rheinhessen haben es mit ihrem starken Einsatz ins Finale des Wettbewerbs Azubi-Star 2025 geschafft. Ausgezeichnet wurden sie Ende September, bei der feierlichen Preisverleihung in der IHK für Rheinhessen.

Zum 20. Mal würdigt die Initiative „Ausbildung bringt's" – ein Zusammenschluss von IHK, Handwerkskammer, VRM, Agentur für Arbeit und namhaften Ausbildungsbetrieben – junge Menschen, die während ihrer Ausbildung weit mehr leisten als erwartet. Alle Teilnehmenden konnten sich in einer offenen Publikumsabstimmung als Azubi-Star bewerben. Die meisten Stimmen erhielt Marlon Schmitt, angehender Industriemechaniker bei der SCHOTT AG in Mainz – er wurde so zum Azubi-Star 2025. „Ich will zeigen, dass eine Behinderung kein Hindernis ist", sagt der 20-Jährige, der gehörlos ist. So spielt er neben seiner Ausbildung in mehreren Mannschaften Basketball, läuft Halbmarathon und engagiert sich bei der freiwilligen Feuerwehr.

Sportlich aktiv ist auch Valentina Enders, Zweitplatzierte als Azubi-Star 2025: Die Anlagenmechanikerin für Heizungs-, Sanitär und Klimatechnik bei Enders Bad in Mainz hat in der zweiten Bundesliga Feldhockey gespielt. In ihrem Ausbildungsbetrieb hat sie mit Instagram und TikTok Social Media ins Spiel gebracht.

Die dritthöchste Stimmenzahl als Azubi-Star erhielt Jakob Gauch, der bei Jordans Untermühle in Königernheim eine Ausbildung

zum Koch absolviert und ebenfalls sportlich unterwegs ist. Trotz unregelmäßiger Arbeitszeiten übernimmt er Aufgaben, die über das Ausbildungsniveau hinausgehen und engagiert sich zusätzlich bei Hausmessen, Onboarding-Tagen oder Tagen der offenen Tür. Die drei Erstplatzierten stehen zusammen mit den fünf weiteren Azubi-Stars für das Ziel des Wettbewerbs, Initiative, Engagement und Kreativität von Auszubildenden sichtbar zu machen. Der starke Einsatz über den Berufsalltag hinaus zeichnet alle acht Finalistinnen und Finalisten aus. Ebenso wichtig: die Ausbildungsunternehmen, die ihre Azubis für die Auszeichnung nominiert und auf ihrem Weg unterstützt haben.

„Es lohnt sich, junge Menschen nicht in Klischees zu stecken – unsere Azubi-Stars widerlegen jedes Vorurteil. Sie übernehmen Verantwortung, bringen Ideen ein und zeigen Einsatz – im Betrieb, in der Berufsschule und im Alltag", betont Karina Szwede, Hauptgeschäftsführerin der IHK für Rheinhessen. „Das gelingt, weil Ausbildungsbetriebe ihren Teil dazu beitragen: Sie schaffen Räume, fördern Talente und begleiten junge Menschen beim Start ins Berufsleben." Anja Obermann, Hauptgeschäftsführerin der Handwerkskammer Rheinhessen, ergänzt: „Schon in jungen

Jahren können Azubis viel leisten und zum Unternehmenserfolg beitragen. Wer sich schon in der Ausbildung besonders engagiert zeigt, wird im späteren Berufsleben mit Sicherheit eine sehr gefragte Fachkraft sein, die für viele Betriebe besonders attraktiv ist."

Weitere Informationen zu der Auszeichnung und die Vorstellungsvideos aller Finalisten finden sich unter



www.azubi-star.de

AZUBI-STAR 2025: DIE FINALISTEN

- Valentina Enders, Anlagenmechanikerin für Heizungs-, Sanitär und Klimatechnik bei Enders Bad
- Jakob Gauch, Koch, Jordans Untermühle
- Josy-Sabina Hochwart, Fahrzeuglackiererin, Felz Karosserie & Lack
- Alina Kauffmann, Mediengestalterin Bild und Ton, SWR
- Mohammad Khan, Fliesenleger, Fliesen Toni
- Jona Knöb, Tischler, Die Holzwerkstatt Lothar Röllecke
- Amelie Model, Kauffrau für audiovisuelle Medien, SWR
- Marlon Schmitt, Industriemechaniker, Schott AG

Fotos: Stefan Sämmner / Grafik: Freepik

Biodiversität ist Trumpf

Biodiversität und Wirtschaft – auf den ersten Blick mögen das zwei verschiedene Welten sein, doch bei genauerem Hinsehen zeigen sie sich eng miteinander verknüpft. Eva Baumgärtner und Valentin Franklyn vom Projekt „Unternehmen Biologische Vielfalt“ (UBi) bei der DIHK Service GmbH erläutern, wie Unternehmen von Biodiversität abhängen und welche Beziehung zwischen Wirtschaft und Natur besteht.

„Gerade das wollen wir vermitteln: dass Wirtschaft intakte Ökosysteme braucht und wie eng somit alles mit Biodiversität zusammenhängt“, erklärt Eva Baumgärtner, Projektkoordinatorin bei UBi. Und das gilt auch für Branchen, in denen die Abhängigkeit von natürlichen Ressourcen nicht direkt ersichtlich ist, wie etwa die Kfz-Industrie: „Für die Herstellung eines Autos werden zahlreiche Rohstoffe benötigt, wie Gummi für Reifen, Metalle für die Karosserie und Wasser für Produktionsprozesse. All diese Rohstoffe liefert die Natur.“

„Wir sensibilisieren kleine und mittlere Unternehmen für Risiken in ihren Wertschöpfungsketten, denn wenn Ökosysteme geschädigt werden, fehlen uns nicht nur Pflanzen und Tiere, sondern auch wichtige Rohstoffe für Industrie, Medizin, Bau und Nahrung, betont Valentin Franklyn, ebenfalls Projektkoordinator.“

Das Projekt UBi richtet sich an alle Branchen und bietet Unterstützung in Form von Biodiversitäts-Bündnissen, die mit den regionalen IHKs aufgebaut werden. „Der Fokus liegt darauf, Unternehmen bei Biodiversitätsthemen zu begleiten. Welche Maßnahmen zum Schutz von Ökosystemen beitragen, wie man sie umsetzt und wer einem dabei helfen kann, erfahren Unternehmen in unseren Bündnissen.“

Dabei setzt das UBi-Team auf unterschiedliche Formate. So tauschen sich Unternehmen beispiels-

weise digital über ihre Erfahrung mit der Nachhaltigkeitsberichterstattung aus. Aber auch Coachings auf Betriebsgeländen gehören dazu. Unternehmen erfahren beispielsweise, wie sie ihre Flächen so bepflanzen und gestalten, dass sie Starkregen und Hitze besser standhalten und gleichzeitig mehr Lebensraum für Insekten und Kleintiere schaffen. Das hilft auch im Wettbewerb um Fachkräfte. „Begrünte Hauswände, Dächer und blühende Außenanlagen verbessern die Arbeitsatmosphäre und fördern die Zufriedenheit“, so Eva Baumgärtner.

THILO KUNZE, DIHK

WERKSTATTGESPRÄCH IN RHEINHESSEN

Für IHK-Mitglieder sind die Angebote des Projekts kostenfrei. Am 20. November findet zur Gründung des Bündnisses in Rheinhessen ein Werkstattgespräch bei der IHK in Mainz statt. Weitere Informationen gibt bei der IHK: Martin Krause, Telefon 06721 9141-15, Martin.Krause@rheinhausen.ihk24.de.



dihk-service-gmbh.de/de/unsere-projekte/unternehmen-biologische-vielfalt



ZUKUNFT. FÖRDERN. WERTE SCHAFFEN.

UNTERNEHMENSNACHFOLGE

Zukunft gestalten – gemeinsam stark.

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



ISB

Investitions-
und Strukturbank
Rheinland-Pfalz

„Ruhe bewahren“

Die Zollpolitik der USA stellt die deutsche Wirtschaft vor Rätsel und Herausforderungen, besonders in exportstarken Regionen wie Rheinhessen. Umso wichtiger ist es, Erfahrungen auszutauschen – eine Plattform dafür bietet der Expertenkreis Zoll der IHK für Rheinhessen Unternehmen aller Branchen und Größen. Dort aktiv ist auch Christiane Konnermann, Zoll- und Exportkontrollbeauftragte bei der Rowe Mineralölwerk GmbH in Worms.



2025 standen Künstliche Intelligenz und Digitalisierung im Zollbereich im Mittelpunkt des IHK-Netzwerktreffens Zoll. Ebenso ging es um die Pläne der EU beim Thema Unionszollkodex, rechtliche Neuerungen, Nachhaltigkeitsthemen und Exportkontrolle.



Fotos: Stefan Sämmer

Frau Konnermann, was sollten Unternehmen angesichts der zollpolitischen Lage unbedingt beherzigen?

Für exportierende Unternehmen ist Erfolg kein Sprint, sondern ein Langstreckenrennen. Der Schlüssel liegt in der Resilienz: Gerade in herausfordernden Phasen ist es entscheidend, Ruhe zu bewahren, besonnen und mit Weitblick zu agieren.

Wie beurteilen Sie die Entwicklung zwischen EU und USA?

Das Verhältnis zwischen EU und USA ist nach wie vor von engen wirtschaftlichen Verflechtungen geprägt, aber aktuell auch von Handelskonflikten und politischen Spannungen. Dabei ist wichtig: Auch bei Differenzen ist die EU-USA-Partnerschaft von zentraler Bedeutung. Die jüngsten Handelsabkommen schaffen hoffentlich wieder mehr Verlässlichkeit und Fairness.

Welche nahe liegenden Alternativen gäbe es für Unternehmen, die unter den US-Zöllen leiden?

Kurzfristig sind Lösungen kaum realistisch, dafür waren die Entwicklungen zu undurchsichtig und schwankend. Langfristig eröffnet sich jedoch die Chance, neue Absatzmärkte zu erschließen oder alternative Beschaffungsquellen zu entwickeln. Für Unternehmen mit starker Abhängigkeit vom US-Markt könnte zudem der Aufbau von Produktionskapazitäten vor Ort eine sinnvolle Option sein.

Inwieweit ist Rowe von den steigenden Zöllen betroffen?

Rowe exportiert Schmierstoffe, Kühlerfrostschutz, Bremsflüssigkeit und vieles mehr in über 80 Länder weltweit. Dort gelten jeweils unterschiedliche, teils volatile Regularien und Importzölle. Diese Vielzahl an Parametern strategisch zu vereinen, ist eine große Herausforderung. Mit unseren internationalen Vertriebsgesellschaften – darunter auch eine Tochter in den USA – sind wir gleich doppelt von den Entwicklungen betroffen. Die höheren Zölle schlagen zum einen teils auf die Rohstoffpreise durch und verteuern den Einkauf. Zum anderen ist es für uns von zentraler Bedeutung, unsere Tochtergesellschaft strategisch so zu unterstützen, dass sie ihre Position am Markt sichern und dem starken Preisdruck in den USA wirksam begegnen kann.

Welche Wünsche oder Forderungen haben Sie an die politischen Akteure?

Unternehmen sind auf Stabilität und verlässliche Rahmenbedingungen angewiesen – genau hier liegt eine zentrale Verantwortung der Politik. Ein kontinuierlicher, konstruktiver Dialog zwischen Wirtschaft und politischen Entscheidungsträgern ist für mich essenziell. Besonders kleine und mittlere Unternehmen verdienen mehr Aufmerksamkeit, denn sie bilden das Fundament unseres wirtschaftlichen Erfolgs.

Welche Tipps können Sie aus eigener Erfahrung heraus anderen Unternehmen geben?

Mittlerweile sehe ich jede Herausforderung auch als Chance, weil sich aus den schwierigen Situationen die wichtigsten Learnings gewinnen lassen. Dann wird deutlich, wie belastbar Prozesse, Strukturen und Zusammenarbeit wirklich sind – und wo noch Entwicklungspotenzial liegt.

Inwieweit ist der Expertenkreis Zoll in diesem Zusammenhang eine Hilfe?

Gerade kleine und mittlere Unternehmen verfügen im Gegensatz zu großen Konzernen oft nicht über die finanziellen oder personellen Ressourcen, um mehrere Fachkräfte in ihren Abteilungen einzusetzen. Häufig tragen Einzelpersonen die Verantwortung für die dynamischen und komplexen Zoll- und Exportkontrollthemen. Der IHK-Expertenkreis bietet einen geschützten Raum für fachlichen Austausch, gegenseitiges Lernen und gemeinsame Weiterentwicklung. Fachvorträge externer Experten zu aktuellen Themen liefern nicht nur wertvolle Informationen, sondern bieten regelmäßig die Möglichkeit, individuelle Fragen einzubringen und gemeinsam Lösungsansätze zu diskutieren.

Warum könnte sich für andere Unternehmen eine Teilnahme lohnen?

Wer teilnimmt, stärkt nicht nur automatisch sein Know-how, sondern gewinnt auch wertvolle Sparringspartner, auf die man im Bedarfsfall zurückgreifen kann. Gleichzeitig gewinnt die IHK direkte Einblicke in die spe-

zifischen Herausforderungen der einzelnen Unternehmen und kann dank ihres großen Netzwerks deren Anliegen – beispielsweise über den DIHK oder andere Verbände – in die bundesweite wirtschaftspolitische Diskussion einbringen.

INTERVIEW: TORBEN SCHRÖDER,
FREIER JOURNALIST

IHK-NETZWERK ZOLL

Die Rahmenbedingungen im Zoll- und Außenwirtschaftsrecht verändern sich kontinuierlich – nicht zuletzt durch digitale Transformationsprozesse und neue rechtliche Vorgaben. Wer sich frühzeitig mit diesen Entwicklungen auseinandersetzt, kann Potenziale nutzen und langfristig Wettbewerbsvorteile sichern. Das IHK-Netzwerktreffen Zoll ist ein Format, bei dem nicht nur fundierte Fachinformationen vermittelt werden, sondern vor allem der direkte Austausch mit Fachleuten sowie der Dialog mit Behörden und Kolleginnen und Kollegen aus der Praxis im Vordergrund steht.

IHK-EXPERTENKREIS ZOLL

Der Expertenkreis Zoll wurde 2021 von der IHK für Rheinhessen gemeinsam mit 25 Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen gegründet. Der hochkarätige Arbeitskreis bietet Betrieben eine Plattform, um über Herausforderungen und Entwicklungen zu den Themen Zoll und Außenwirtschaftsrecht zu diskutieren, bewährte Praktiken auszutauschen und innovative Lösungsansätze zu erörtern.



ihk.de/rheinhessen/international



SAVE THE DATE

11. Deutsch-Amerikanischer Wirtschaftstag in Mainz

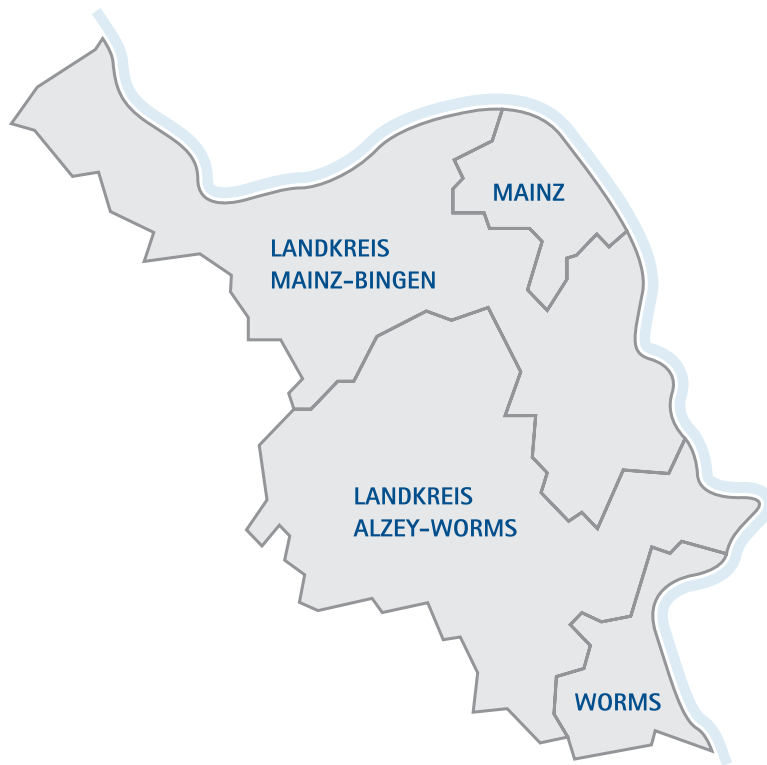
Der Deutsch-Amerikanische Wirtschaftstag kommt nach Rheinland-Pfalz: Am 9. Juni 2026 gibt es in der MEWA-Arena in Mainz ein breites Programm mit Informationen zum US-Markt aus erster Hand, von US-Expertinnen und -Experten. Organisiert wird der 11. Deutsch-Amerikanische Wirtschaftstag von der IHK-Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz, gemeinsam mit der Deutsch-Amerikanischen Handelskammer. Der DAWT bietet die einzigartige Gelegenheit, sich über die neuesten US-Entwicklungen und deren Auswirkungen auf das eigene Unternehmen zu informieren.



ihk-rlp.de/dawt

IHK-Termine International

12.11.2025	AHK-Online-Sprechtag Kolumbien	09.06.2026	Deutsch-Amerikanischer Wirtschaftstag
13.11.2025	Webinar: Entsendung von Mitarbeitern – Einsätze in der Schweiz	10.–11.06.2026	Exportpraxis kompakt
19.11.2025	Export- und Zollabwicklung EU und Drittländer	02.09.2026	Export- und Zollabwicklung EU und Drittländer
25.11.2025	AHK-Online-Sprechtag Zentralasien	28.10.2026	15. IHK-Exportforum Rheinland-Pfalz/Saarland
27.01.2026	Aktuelle Änderungen im Zoll- und Außenwirtschaftsrecht 2026	 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	
25.02.2026	Akkreditiv in der Praxis		
11.03.2026	Export- und Zollabwicklung EU und Drittländer		
04.–05.05.2026	Webinar: Grundlagen des Exportkontrollrechts		



TERMINE

Ausgabe	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin
1/2026	5. Februar	27. Februar
2/2026	15. April	15. Mai
3/2026	16. Juli	12. August
4/2026	20. Oktober	13. November

GEZIELT INFORMIERT

Wählen Sie nach Ihren Interessengebieten aus, welche Neuigkeiten und Einladungen Sie von uns per Mail erhalten möchten:



ihk.de/rheinhausen/news

IMPRESSUM

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

Redaktion: Melanie Dietz (V.i.S.d.P.)
Telefon 06131 262-1005
melanie.dietz@rheinhausen.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

Cover
Gestaltung: Milena Schön, IHK für Rheinhausen /
Foto: AdobeStock@tirachard

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: 14. November 2025

Beilagen
Autohaus Karl
Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG
Haufe Lexware

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: 18.000
Online-Abonnements: 6.100

Starkes Geschäft in Sicht!

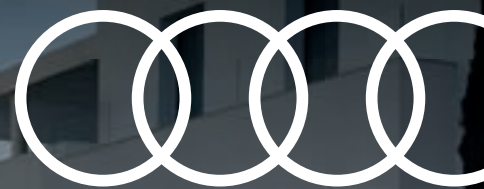
Mit einer Anzeige im Magazin **Report**
erreichen Sie über 24.100 Entscheiderinnen
und Entscheider in der Region Rheinhausen.

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



Weniger Laden, mehr Leben

Der neue Q3 SUV e-hybrid



Audi Q3 SUV e-hybrid 200 kW (272 PS) S tronic

Energieverbrauch gewichtet kombiniert: 13,9 kWh/100 km plus 1,7 l/100 km; Kraftstoffverbrauch bei entladener Batterie kombiniert: 6,0 l/100 km; CO₂-Emissionen gewichtet kombiniert: 39 g/km; CO₂-Klasse gewichtet kombiniert: B; CO₂-Klasse bei entladener Batterie: E.

Außenfarbe: Arkonaweiß; **Ausstattung:** Telefonablage mit induktiver Ladefunktion, Lederlenkrad mit Multifunktion, Navigationssystem, Audi sound system, Audi drive select, Ladekabel mode 3, Geschwindigkeitsregelanlage, Notbremsassistent vorn, Einparkhilfe plus mit Distanzanzeige, Assistenzpaket Schutz- und Warnsysteme, Verkehrszeichenbasierter Geschwindigkeitsbegrenzer, Aufmerksamkeits- und Müdigkeitserkennung, Multifunktionskamera, Klimatisierungspaket, Audi virtual cockpit plus, MMI experience plus u. v. m.

Sonderzahlung:	0,00 €	Monatliche Leasingrate:	399,00 €¹
Zzgl. Werksauslieferungskosten:	950,00 €	Wartung & Inspektion:	26,00 € ²
Vertragslaufzeit:	48 Monate	ReifenPremium Paket:	57,00 € ³
Jährliche Fahrleistung:	10.000 km	Mtl. Leasingrate inkl. Dienstl.:	482,00 € ^{1,2,3}

Abbildungen zeigen ggfs. Sonderausstattung gegen Aufpreis.

¹Ein Angebot der Audi Leasing, Zweigniederlassung der Volkswagen Leasing GmbH, Gifhorn Straße 57, 38112 Braunschweig, für private Einzelabnehmer. Bonität vorausgesetzt. Angebot gültig bis 31.12.2025.

²Ein Angebot der Audi Leasing, Zweigniederlassung der Volkswagen Leasing GmbH, Gifhorn Str. 57, 38112 Braunschweig, für private Einzelabnehmer. Kostenübernahme der Lohn- und Materialkosten der fälligen Wartungen & Inspektionen gemäß Herstellervorgabe.

³Ein Angebot der Audi Leasing, Zweigniederlassung der Volkswagen Leasing GmbH, Gifhorn Straße 57, 38112 Braunschweig. Verschleißbedingter Reifenersatz bei Erreichen der vertraglich vereinbarten Restprofiltiefe (2,00 mm, 3,00 mm oder 4,00 mm).

Audi Zentrum Mainz

Löhr Automobile GmbH
Hechtsheimer Straße 23, 55131 Mainz



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

