

WIRTSCHAFTS MAGAZIN

PFALZ

www.pfalz.ihk24.de

AUSGABE
11/12
2021

Hidden
Champions
Adventskalender
auf Facebook



TITELTHEMA HIDDEN CHAMPIONS

SIE GEHEN BEWUSST EIGENE WEGE, SIE LEHNEN KURZLEBIGE MANAGEMENT-MODEN AB UND SIE MACHEN VIELES ANDERS ALS GROSSUNTERNEHMEN: DIE HELDEN AUS DER ZWEITEN REIHE – HIDDEN CHAMPIONS – SIND VORBILDER FÜR EFFEKTIVE UND NACHHALTIGE UNTERNEHMENSENTWICKLUNG.

seite **08**



KONTROVERS

Gendern und
Diversity
S. 04

SERVICE & TIPPS

Kaufrecht:
Neue Pflichten für Händler
S. 26

GASTKOMMENTAR

Soziale Medien und
Falschinformationen
S. 36

Wetterexperte Tiersch über Zukunftsperspektiven für Agrarsektor



Der langjährige ZDF-Wetterexperte Gunther Tiersch beim Landwirtschaftsabend der Vereinigten VR Bank Kur- und Rheinpfalz.

Der Landwirtschaftsabend der Vereinigten VR Bank Kur- und Rheinpfalz bot den Teilnehmern eine Plattform, um die Folgen des Klimawandels für ihre Betriebe zu diskutieren. Die großen mittel- und langfristigen Herausforderungen für die landwirtschaftlichen Erzeuger durch den Klimawandel führte der langjährige ZDF-Wetterexperte Gunther

Tiersch eindrucksvoll vor Augen. „Mehr produzieren mit weniger Wasser“, brachte es der promovierte Agrarmeteorologe auf den Punkt. Sein Appell: „Wenn wir jetzt etwas tun, bleibt es bei 1,5 bis 2 Grad mehr in den nächsten Jahren – je später, desto

mehr heiße oder sehr heiße Perioden drohen.“

Mit Blick auf die Perspektiven der pfälzischen Landwirtschaft fragte er: „In 30 Jahren gibt es vermutlich keine Gletscher mehr in den Alpen – von wo kommt dann das Wasser im Rhein, wenn die Niederschläge ausbleiben?“ Trotz bis zu 30 Prozent höherer Winterniederschläge in der Pfalz bleibt Tiersch zufolge

unter dem Strich ein Defizit durch die höhere Verdunstung als Folge der gestiegenen Temperaturen. Der Wetterexperte hält Regenrückhaltebecken für sinnvoll, um die Bewässerung der landwirtschaftlichen Flächen sicherzustellen. Ein weiterer Ansatz zur Sicherung der Ernteerträge könne sein, die Humusgehalte in den Böden zu steigern – einen Humusanteil von drei bis vier Prozent hält Tiersch für möglich. ■

Teuflich gut: Südwestpfälzische Genusstour

Schon seit langem steht das Biosphärenreservat Pfälzerwald als beliebte Urlaubsregion hoch im Kurs, bietet sich Wanderern doch hier ein einzigartiges Naturerlebnis. Auf vielen Strecken laden zudem urige Gasthöfe zum Schlemmen ein. Dank einer Kooperation der westpfälzischen Stadt Pirmasens mit der benachbarten Urlaubsregion Hauenstein hatten Touristen zu Halloween die Möglichkeit, Wandern und Schlemmen auf eine ganz besondere Weise miteinander zu verbinden.

Passend zu Halloween fand unter dem Titel „Teuflich gut“ erstmals eine abwechslungsreiche Genusstour mit zwei professionell geführten Wanderungen auf den Premiumwanderwegen „Teufeltisch-Tour“ und „Teufelspfad“ statt. Zwischen den beiden Touren kehrten die Teilnehmer zu einem Drei-Gang-Menü stilecht im Landgasthaus „Am Teufeltisch“ ein. Der Transfer zwischen beiden Wanderwegen erfolgte mit einem gepflegten Mercedes-Oldtimer-Omnibus aus dem Jahr 1950. ■

« Highlight des Premiumwanderwegs „Teufeltisch-Tour“: die Buntsandsteininformation Teufeltisch.

 www.urlaubsregion-hauenstein.de





▲ Bei der Wahl der deutschen Weinkönigin im Saalbau in Neustadt: Linda Trarbach (Ahr), Sina Erdrich (Baden) und Saskia Teucke (Pfalz) (v.l.n.r.).

Krone der 73. Deutschen Weinkönigin geht nach Baden

Die neue Deutsche Weinkönigin heißt Sina Erdrich und kommt aus Baden. In einem zweistündigen Finale setzte sich die 24-Jährige im September gegen ihre fünf Mitbewerberinnen durch. Als Deutsche Weinprinzessinnen stehen ihr Saskia Teucke aus

der Pfalz und Linda Trarbach von der Ahr zur Seite. Die Marketing- und Kommunikationskauffrau Teucke ist im Weingut Mussler in Bissersheim als Fachkraft Weinbau tätig. ■

www.deutscheweinkoenigin.de

Geteiltes Wissen ist mehr Wissen

Ihren 75. Geburtstag feierte die Volkshochschule (VHS) Pirmasens und gehört damit zu den ältesten Einrichtungen für Erwachsenenbildung in Rheinland-Pfalz. Seit der Gründung 1946 gilt sie als entscheidendes Fundament des städtischen Bildungsangebots und des kulturellen Lebens. So nutzen alljährlich im Durchschnitt rund 4.500 Menschen jeden Alters und aus allen Bevölkerungsschichten die mehr als 300 thematisch breitgefächerten Kompakt- und Intensivkurse und nehmen an Exkursionen teil. Hierfür beschäftigt die VHS Pirmasens unter der Leitung von Margit Nuss aktuell knapp 120 Dozenten.

Reaktion der Verantwortlichen auf die neue Situation mit dem Angebot von Online-Seminaren. Aufgrund der guten Resonanz soll dieses Programm in Ergänzung zum Präsenzunterricht jetzt weiter ausgebaut werden. Damit kann die VHS Pirmasens sowohl neue Zielgruppen erschließen als auch schneller auf das geänderte Nutzerverhalten der Teilnehmer reagieren. ■

www.vhs-pirmasens.de

Selbst unter den erschwerten Umständen im Corona-Jahr 2020 konnten noch immer 250 Kurse mit fast 5.000 Unterrichtseinheiten stattfinden, wenn auch mit insgesamt rund 1.000 Teilnehmern weniger als üblich. Möglich wurde dies durch die schnelle und kreative



Partnerschaft des Weinguts Anselmann mit „Deutschem Haus“ verlängert

Eine erfolgreiche Zusammenarbeit im Sportbereich wird verlängert: Als „Offizieller Partner Deutsches Haus Peking 2022 und Deutsches Haus Paris 2024“ liefert das Weingut Anselmann Weine zu den Olympischen Spielen. Auch das „Deutsche Haus Paralympics“ wird während der Paralympischen Spiele in China und Frankreich mit Weinen des Edesheimer Familienweinguts ausgestattet.

Bis einschließlich der Olympischen und Paralympischen Spiele in Paris im Jahr 2024 bleibt das Weingut als Weinlieferant offizieller Partner für die „Deutschen Häuser“. Seit den Olympischen Spielen in Sydney 2000 beliefert Familie Anselmann das „Deutsche Haus“ mit ihren Weinen als Offizieller Partner, und als exklusiver Weinlieferant seit den Spielen 2012 in London. ■

www.weingut-anselmann.de



GENDERN UND DIVERSITY

Wie viel **Gewicht geben Sie den Themen** Gendern und Diversity?
Erwarten Sie **wirtschaftliche Konsequenzen** Ihrer Haltung?



Diskutieren Sie mit auf
ihkpfalz-interaktiv.de



Ulrike Reinhard ist Vorsitzende der Diversity & Inclusion Taskforce der Wirtschaftsuniere Deutschland und Unternehmensberaterin. Sie unterstützt ihre Kunden in der Entwicklung moderner Organisations-, Führungs- & Zusammenarbeitskultur. Im Fokus steht dabei immer die Frage nach Wirksamkeit und Nutzen. Vielfalt als Basis für mehr Wertschöpfung, das ist das Ziel.
www.ulrikereinhard.de

wird die ebenfalls notwendige Inklusion zu häufig nicht strukturiert, einheitlich und für alle wirksam im Unternehmen gelebt. Genau das wird von Mitarbeitern heute jedoch erwartet, und dieser Trend wird sich in Zukunft weiter verstärken. Für Unternehmen besteht also Gefahr, ohne Fokus auf Vielfalt Chancen und Potenzial nicht nutzen zu können.

Zur Frage des „Genderns“: Gendern wird heute gleichgestellt mit der Verwendung der gendergerechten oder geschlechter-bewussten Sprache. Es ist damit Teil der Bewegung zur Gleichbehandlung von Mann und Frau in unserer Gesellschaft. Es ist daher ein kleiner Teil des breiten Themenfeldes „Diversity“ und erfährt dafür leider überproportional viel Aufmerksamkeit.

Aus meiner Sicht steht die teilweise sehr hart geführte Diskussion ums „Gendern“ stellvertretend für die tiefgreifende Veränderung der Geschlechteridentität, die in unserer Gesellschaft gerade stattfindet. In der Sprache wird diese Veränderung deutlich sichtbar und für uns alle direkt spürbar. Auch mir ist Sprache wichtig, sie ist aber nur ein kleiner Teil einer viel größeren Veränderung. Ich persönlich schaue vorrangig auf das große Bild. ■

PRO: Diversity oder Vielfalt ist eine Tatsache – wir sind alle vielfältig, wir sind alle verschieden und waren es schon immer. Neu ist, dass Unternehmen heute dem Thema deutlich mehr Fokus und auch mehr Aufmerksamkeit schenken. Die Erwartungen der Arbeitnehmer verändern sich, denn unsere Gesellschaft verändert sich. New Work ist beispielsweise eine weitere konkrete Ausprägung dieser Veränderung.

Meine Erfahrung zeigt (und zahlreiche Studien stützen dies), dass speziell beim Thema Führung und Unternehmenskultur ein aktives Diversity Management ein nachhaltiger Erfolgsfaktor für Unternehmen ist. Konkrete Vorteile sind erhöhte Arbeitgeberattraktivität, Innovationsstärke und Mitarbeiterzufriedenheit. Somit stecken in „Diversity“ definitiv positive wirtschaftliche Konsequenzen.

Klar ist jedoch auch, dass Unternehmen schon immer vielfältig waren und eine diverse Belegschaft haben. Allerdings

immer wieder höre und lese ich, dass Diversität dazu beiträgt, Unternehmen erfolgreicher zu machen. Dies wird oftmals dadurch gestützt, dass erfolgreiche Unternehmen einen oft überdurchschnittlichen Diversitätsgrad aufweisen. Hier fehlt mir die wissenschaftliche Evidenz. Werden etwa bewusst die Begriffe Kausalität und Korrelation durcheinandergebracht? Könnte es nicht auch sein, dass erfolgreiche Unternehmen oft divers sind, weil die Diversität aus dem Erfolg, respektive dem zugrunde liegenden Mindset des Unternehmens, resultiert? Wir sollten Diversität leben, uns jedoch nicht mit Kleinigkeiten aufhalten, die nicht essenziell zum Unternehmenserfolg beitragen.

Gendern im Vergleich zur Diversität klingt für mich wie eine Strafe, die der Sprache auferlegt wird, und ein bewusst erzeugter Mehraufwand ohne spürbaren Mehrwert. Verträge, Dokumente, Präsentationen und vieles mehr müssen angepasst werden. Dieser Aufwand wird Zeit und Geld kosten.

Wir sollen die Geschlechter nicht vergessen. Unsere Sprache bietet hierfür auch in der aktuellen Fassung genügend Möglichkeiten. Auch schon jetzt können wir Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ansprechen, ohne dabei gendern zu müssen. Sprechen wir doch lieber eine deutliche Sprache: Klartext statt Sternchen und Doppelpunkt! ■

CONTRA: Diversität in Unternehmen, aber auch in Verbänden und Organisationen sollte meiner Meinung nach eine Selbstverständlichkeit sein. Wir beschäftigen in unserer Firmengruppe knapp 400 Mitarbeiter, 18 Nationalitäten, vier Weltreligionen und haben ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis – dies erreichten wir jedoch ohne Quote.

Gesellschaftlich sollten wir bedachter mit der Forderung nach Diversität umgehen, denn sie weckt im Zweifel Erwartungen, die womöglich nicht erfüllbar sind. Wir sollten wichtige Faktoren wie persönliche Identifikation und Kompetenz nicht in Vergessenheit geraten lassen, denn ein Unternehmen lebt nicht nur von Diversität, sondern vom Wissen jedes Einzelnen, welches in Summe das Gesamtbild des Unternehmens darstellt.



Thorsten Broich ist Landesvorsitzender der Wirtschaftsuniere Rheinland-Pfalz und Geschäftsführer der ACS Deutschland GmbH. Die ACS ist eine international agierende Ingenieur- und Servicegesellschaft mit Kernkompetenzen in Elektro- und Leittechnik, Arbeitssicherheit und technischer Gebäudeausrüstung von Planung und Montage bis zur Inbetriebnahme.
www.acs-e.com



Der **Handlungsspielraum** der Unternehmen ist **immer geringer** geworden.

Fortschritt – ja bitte!

Es ist gewählt – nun muss die neue Regierung alles daransetzen, ihre wichtigen wirtschaftspolitischen Vorhaben zügig umzusetzen.

Egal wer die Regierung stellt – was den Unternehmen wichtig ist, geht eindeutig aus dem Unternehmensbarometer der IHK-Organisation hervor: Die Wirtschaft braucht einen spürbaren Investitionsruck. Deshalb müssen sowohl private als auch öffentliche Investitionen deutlich gefördert werden.

Als wichtigste Zukunftsthemen haben sich im Unternehmensbarometer Digitalisierung, Klimaschutz und Fachkräftemangel herauskristallisiert. So forderten 61 Prozent der befragten Unternehmen als wichtigste Aufgabe für die neue Bundesregierung, die Digitalisierung voranzutreiben. Dann folgen mit 41 Prozent „Verwaltungsleistungen verbessern und beschleunigen“ sowie mit 39 Prozent „Klimapolitik investitionssicher und wettbewerbsfähig gestalten“. Befragt nach der Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts Deutschland, rangiert die Bürokratie an der schlechtesten Position, gefolgt von Energiekosten und Digitaler Infrastruktur. Somit wird deutlich, dass wir an diesen neuralgischen Punkten den höchsten Handlungsdruck, aber auch die wichtigsten Stellschrauben haben, um im weltweiten Wettbewerb nicht abgehängt zu werden.

Dies ist angesichts der Exportquote zwischen 65,7 und 68,5 Prozent in den zurückliegenden Jahren in der Pfalz noch einmal wichtiger als in anderen Landesteilen. Gleichzeitig leiden die Unternehmen darunter, dass es immer schwieriger wird, alle staatlichen Anforderungen zu erfüllen, was zum Beispiel Datenschutz-

regelungen, Transparenz in Lieferketten oder Vorgaben des Klimaschutzes angeht. Auch das deutsche Steuersystem halten die meisten Unternehmer im weltweiten Wettbewerb für nicht konkurrenzfähig und wünschen sich entsprechend eine Vereinfachung.

All dies zeigt, wie der Handlungsspielraum der Unternehmen immer geringer geworden ist. Hier muss die Politik deutlich gegensteuern. Eine Entlastung von Bürokratie würde wieder mehr Luft zum Atmen verschaffen. Wenn Entscheidungen, etwa in Planverfahren, schneller fallen und gegenüber der Verwaltung die gleichen Angaben nicht länger mehrfach und womöglich noch in Papierform gemacht werden müssen, werden ebenfalls Kapazitäten frei, die für Investitionen in die Zukunftsfähigkeit unserer Betriebe genutzt werden können.

Ich hoffe, dass die Fortschrittskoalition ihrem Namen alle Ehre machen wird. ■

Albrecht Hornbach,
Präsident der IHK Pfalz



Diskutieren
Sie mit auf
[ihkpfalz-
interaktiv.de](http://ihkpfalz-interaktiv.de)



Interaktiv dabei!

Abstimmen, kommentieren und teilen: Auf der neuen Kommunikationsplattform „IHK Interaktiv“ können Leser noch mehr Inhalte entdecken und aktiv mitmachen.

www.ihkpfalz-interaktiv.de



1.300 BIS 1.650

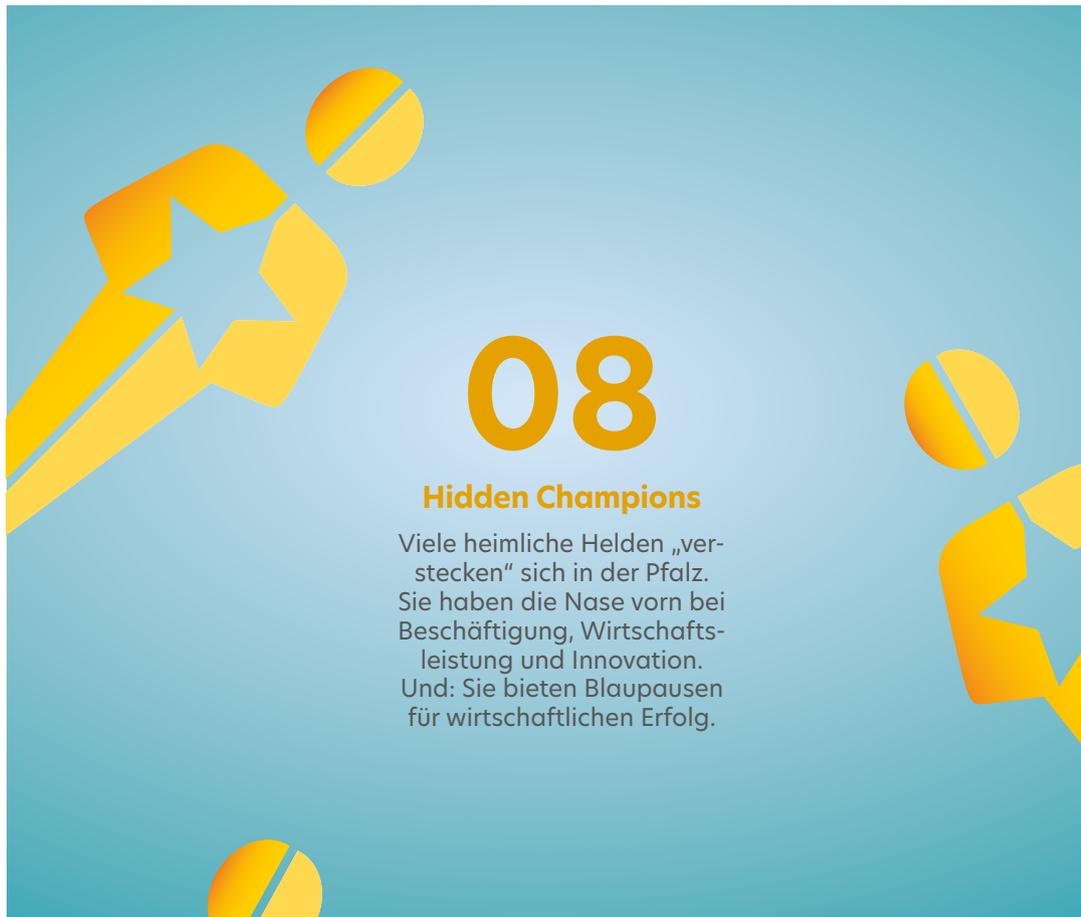
Hidden Champions gibt es in Rheinland-Pfalz.

Quelle: Forschungszentrum Mittelstand (FZM) der Universität Trier, März 2021



18

Schöne neue Einkaufswelt



08

Hidden Champions

Viele heimliche Helden „verstecken“ sich in der Pfalz. Sie haben die Nase vorn bei Beschäftigung, Wirtschaftsleistung und Innovation. Und: Sie bieten Blaupausen für wirtschaftlichen Erfolg.



24

Pandemiebedingte Schließung ist kein Betriebsrisiko

© stock.adobe.com - Rido



29

Tierische Helfer müssen nicht mehr draußen bleiben



02-03

QUERBEET

04

KONTROVERS

Wie viel Gewicht geben Sie den Themen Gendern und Diversity? Expecten Sie wirtschaftliche Konsequenzen Ihrer Haltung?

05

PERSÖNLICH

Fortschritt - ja bitte!

08-16

TITELTHEMA

Hidden Champions - Die Helden aus der zweiten Reihe

Steigerungspotenzial vorhanden | Designprodukt Nudel | Präzision macht den Unterschied | 132 Jahre Erfindergeist | Vorsprung durch Know-how | Aus der Forschung in die Praxis |

17-23

WIR IN DER PFALZ

24-32

SERVICE & TIPPS

33

NEUES AUS RHEINLAND-PFALZ

34-35

FEIERABEND

36

GASTKOMMENTAR

Soziale Medien und Falschinformationen: Was tun?

HIDDEN CHAMPIONS



IHK Pfalz

Die Helden aus der zweiten Reihe

Sie gehen bewusst eigene Wege, sie lehnen kurzlebige Managementmoden ab und sie machen vieles anders als Großunternehmen: Die Helden aus der zweiten Reihe - Hidden Champions - sind Vorbilder für effektive und nachhaltige Unternehmensentwicklung. Experten sind sich einig: Von niemandem können Unternehmer und Führungskräfte mehr über zukunftsorientiertes Management lernen. Wenig bekannte Weltmarktführer werden als kleine und mittelständische Unternehmen mit oft unauffälligen Produkten beschrieben, mit denen sie international eine führende Rolle spielen. Viele heimliche Helden „verstecken“ sich auch in der Pfalz, sie haben die Nase vorn bei Beschäftigung, Wirtschaftsleistung und Innovation. Und: Sie bieten Blaupausen für wirtschaftlichen Erfolg.

VON MARION RASCHKA

Manchmal handelt es sich nur um ein kleines maßgefertigtes Kunststoffteil, manchmal geht es um außergewöhnliches Lichtdesign oder um Löschanlagen für Großküchen: Die Hidden Champions hierzulande zeigen weltweit die Stärke des Wirtschaftsstandortes Pfalz mit dauerhaft niedriger Arbeitslosigkeit und hohem Industrieanteil. Außerdem

profitiert die Pfalz besonders von offenen Märkten: Fast zwei Drittel aller Umsätze der Industrie werden im Ausland getätigt – mit positiven Auswirkungen auf Wachstum, Wohlstand und Arbeitsplätze in der Region.

Warum sind Pfälzer Helden trotzdem meist unbekannt? Zwei Gründe: Viele ihrer Produkte sind

Hidden
Champions
Adventskalender
auf Facebook



Ab dem 1. Dezember öffnet sich auf dem Facebook-Marktenkanal von IHK Interaktiv jeden Tag ein Türchen, hinter dem sich ein Champion versteckt hat. So stellt die IHK Pfalz bis Weihnachten alle ihre 23 Hidden Champions vor.

Klicken Sie rein und folgen Sie uns:
www.facebook.com/ihkpfalz

unauffällig, das heißt, sie finden Einsatz im Leistungserstellungsprozess oder verschwinden im Endprodukt. Und: Manche Hidden Champions wollen bewusst unbekannt bleiben.

Pfälzisch und innovativ

Um diesen besonders innovativen Pfälzer Unternehmen eine öffentlichkeitswirksame Plattform zu bieten, erarbeitet die IHK Pfalz derzeit eine Neuauflage der Publikation „Hidden Champions in der Pfalz“, sie erscheint im Dezember. Basis dafür war ein zielgerichteter Fragenkatalog. Für die Aufnahme in die pfälzische Hidden-Champions-Liste gab es drei Kriterien (nach Hermann Simon: Hidden Champions – Aufbruch nach Globalia, Campus 2012):

- Das Unternehmen muss in seinem Markt zu den Top 3 in der Welt gehören oder Nummer 1 auf seinem Kontinent sein.
- Der Umsatz muss unter fünf Milliarden Euro liegen.
- Das Unternehmen muss in der Öffentlichkeit eine geringe Bekanntheit aufweisen.

Eigenes Label für Marktführerschaft

Darüber hinaus haben die IHK-Experten die Schaffung eines eigenen Labels in Auftrag

Definition

Folgende Merkmale kennzeichnen Hidden Champions:

- Marktführer in Nischenmärkten
- globales Denken
- hohe Technikaffinität
- höchste Produktqualität
- überdurchschnittliche Investitionen in Forschung & Entwicklung
- häufig Familienunternehmen und inhabergeführt
- hohe Eigenkapitalquote
- enge Kundenbeziehungen
- flache Hierarchien
- geringe Personalfuktuation
- hohe Qualifikation des Personals
- hohe Ausbildungsquote
- überdurchschnittlich viele Patenteinreichungen
- häufig in der Provinz angesiedelt

gegeben, mit dem pfälzische Hidden Champions zukünftig in der Öffentlichkeit auftreten können. „Die Pfalz verfügt traditionell über eine hohe Exportquote von rund 66 Prozent“, so Volker Scherer, Außenwirtschaftsexperte der IHK Pfalz, „und die wird nicht nur durch Global Player wie BASF und Daimler generiert, sondern ebenso durch mittelständische Innovationsträger, die meist bescheiden und der Öffentlichkeit unbekannt sind.“ Für pfälzische Unternehmen sei das Label „Hidden Champion“ durchaus ein Argument, mit dem man werbemäßig nach draußen gehen könne. „Vor allem im Ausland kann man sich damit klar von der Masse der Anbieter absetzen“, argumentiert Volker Scherer. In Beratungen hält die IHK Pfalz praktische Empfehlungen und Unterstützung bereit, wie auch kleine und mittlere Unternehmen mit Alleinstellungsmerkmalen auf ausländischen Märkten punkten können.

Made in Palatinate - Technik vorn

Die Auswertung der Fragebögen „Hidden Champions in der Pfalz“ unterschied sich wenig von bundesweiten Ergebnissen. Branchenspezifisch liegen klassischerweise Maschinenbau, chemische Produkte, Anlagenbau und Automobilindustrie auf den vorderen Plätzen. „Auch in der IT-Branche und bei der Digitalisierung tun sich zunehmend Nischen auf, denn der Innovationsdruck ist hier ausgesprochen hoch“, so der IHK-Pfalz-Experte.

Kaiserslautern und Pirmasens holen auf

Dazu kommt die günstige geografische Lage der Pfalz: „Mitten in Europa, in unmittelbarer Nähe zu Frankreich und mit guten Verkehrsverbindungen über Autobahnen und den Flughafen Frankfurt – das sind Pluspunkte für pfälzische Unternehmen“, weiß Ruth Scherer, Konjunkturoperin der IHK Pfalz. Sie beobachtet außerdem, dass die Westpfalz mehr in den Fokus rückt: „Wir identifizieren derzeit zwei sehr innovative Cluster: zum einen die Region um Kaiserslautern mit der Technischen Universität, zahlreichen Instituten und Ausgründungen, zum anderen die Pirmasenser Region mit der Ansiedlung innovativer Unternehmen in der Nach-Schuh-Ära.“ Einerseits lokal verwurzelt zu sein und andererseits die Welt als Markt zu betrachten, diese Idee setzen pfälzische Hidden Champions erfolgreich in die Tat um. ■



Der Erfolg von Biontech ist ein wunderbares Beispiel dafür, wie **universitäre Grundlagenforschung** in innovative Produkte überführt wird, die die **Lebensqualität der Menschen nachhaltig verbessern**.

Georg Krausch, Koordinator des Landes für Biotechnologie

KONTAKT

Volker Scherer

0621 5904-1900
volker.scherer
@pfalz.ihk24.de

Ruth Scherer

0621 5904-2140
ruth.scherer
@pfalz.ihk24.de

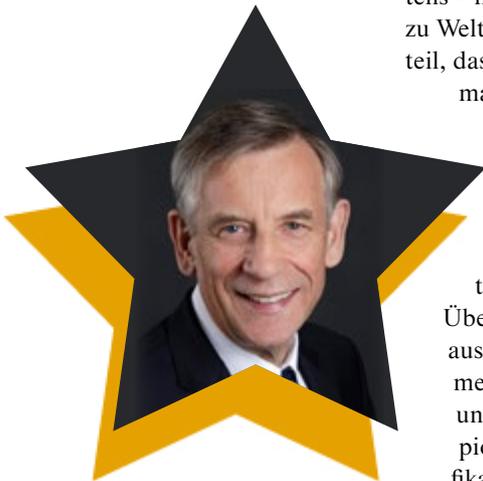
Broschüre „Hidden Champions in der Pfalz“, Dezember 2021,

 www.pfalz.ihk24.de,
Nummer 3892968

KNAPP 9 PROZENT

machen die **rheinland-pfälzischen stillen Stars** am bundesweiten Unternehmenshimmel aus (Rang 5).

Quelle: Forschungszentrum Mittelstand (FZM) der Universität Trier, März 2021



▲ Hermann Simon ist Gründer und Honorary Chairman von Simon-Kucher & Partners, Bestseller-Autor und Management-Vordenker.

Steigerungspotenzial vorhanden

Er hat den Begriff vor über 30 Jahren geprägt, und seit Jahrzehnten studiert er intensiv das Dasein von Hidden Champions: Hermann Simon ist habilitierter Wirtschaftswissenschaftler, Gründer und Honorary Chairman des Beratungsunternehmens Simon-Kucher & Partners. Er ist Experte für Strategie, Marketing und Pricing sowie international gefragter Berater und Referent. Für das Wirtschaftsmagazin Pfalz sprach Marion Raschka mit ihm über die Pfalz als „Heldenversteck“.

Welche Faktoren zeichnen einen Hidden Champion vor allen anderen aus?

Die drei entscheidenden Strategiefaktoren von Hidden Champions sind erstens die Ambition, der Beste in seinem Markt zu sein, und zwar weltweit. Das erreicht man – zweitens – nur mit Fokus, denn nur Fokus führt zu Weltklasse. Fokus hat jedoch den Nachteil, dass er einen Markt klein macht. Wie macht man ihn groß? Durch Globalisierung, der dritte strategische Faktor der Hidden Champions. Natürlich kommen weitere Instrumente hinzu. Hier sind vor allem kontinuierliche Innovation und Kundennähe zu nennen. Die Überlegenheit resultiert zudem natürlich aus den inneren Kräften eines Unternehmens, den Kompetenzen der Mitarbeiter und Führungskräfte. Die Hidden Champions investieren sehr stark in die Qualifikation ihrer Mitarbeiter und erreichen eine sehr niedrige Fluktuation von 2,7 Prozent. Der deutsche Durchschnitt liegt bei 7,3 Prozent. Bei den Führungskräften fällt vor allem die langfristige Orientierung auf. Die durchschnittliche Amtsdauer der Hidden-Champion-Chefs beträgt 21 Jahre, bei Großunternehmen sind es nur sechs Jahre.

Welche Voraussetzungen sind an einem Wirtschaftsstandort wie der Pfalz besonders günstig oder auch besonders ungünstig für die Entwicklung von Hidden Champions? Per saldo bietet die Pfalz günstige Bedingungen. Wenn man heute mit internationalen Investoren spricht, stehen in der Regel nicht die

reinen Kosten an erster Stelle, sondern Aspekte wie Verfügbarkeit von Talenten, Logistik und Verkehrsanbindung, Business-Ökosysteme sowie zunehmend auch das Thema Energie und Elektrizität. Bei den Faktoren Talente und logistische Anbindung schneidet die Pfalz sehr gut ab. Die Universität Kaiserslautern spielt hierbei eine Schlüsselrolle. Die Pfalz ist überwiegend gut an das Verkehrs-, das Eisenbahn- und auch das Schifffahrtsnetz angebunden. Allerdings sind in den weiter westlich gelegenen Gebieten diese Bedingungen nicht so günstig. Dort zeigt sich auch ein weiterer Nachteil, nämlich die Schwierigkeit, Top Talente für ländliche Standorte zu gewinnen.

Wie beurteilen Sie den Status quo und das wirtschaftliche Klima derzeit?

Das wirtschaftliche Klima ist derzeit etwas gespalten. Wir erleben in vielen Industriesektoren große Umbrüche, genannt seien nur die Themen Mobilität und Energieversorgung. Einerseits bieten sich dort Chancen, die von deutschen Hidden Champions wahrgenommen werden, etwa zum Thema Nachhaltigkeit. Andererseits haben wir viele Hidden Champions, darunter auch solche in der Pfalz, die stark an die traditionelle Verbrennertechnologie gebunden sind und insofern einer Transformation bedürfen. Wie man am Beispiel



Es gibt **kein Geheimrezept**. Was die Hidden Champions machen, ist im Wesentlichen **gesunder Menschenverstand**: ambitionierte Ziele verfolgen, der Beste zu sein.

Hermann Simon, Wirtschaftswissenschaftler und Hidden-Champion-Experte

Opel in Kaiserslautern sieht, findet diese Transformation bereits statt, indem zum Beispiel von klassischen Autos in Richtung Batteriefabrik investiert wird.

Ein Blick in die Zukunft: Welche Branchen oder vielleicht auch regionale Themen halten Sie für besonders geeignet, um künftig deutschlandweit und/oder international Alleinstellung zu erlangen beziehungsweise sich weiter zu profilieren?

Hier geht es wiederum um die Themen Verfügbarkeit von Talenten (das heißt Aus- und Weiterbildung) und Verkehrsanbindung. Natürlich müssen die Kosten international wettbewerbsfähig bleiben, obwohl sie nicht mehr so stark an erster Stelle stehen. Das hat vor allem mit dem Thema Automatisierung zu tun. Durch Automatisierung lassen sich einfache Tätigkeiten, bei denen bisher Kosten eine große Rolle spielten, ohne menschliche Arbeit verrichten. Unter diesem Aspekt sind die Löhne nicht mehr so wichtig. Für die Pfalz spielt sicherlich die zentrale Lage in Europa eine große Rolle. Ob die Region darüber hinaus eine Bindewirkung zwischen Deutschland und Frankreich ausüben kann, ist offen. Traditionell ist hier das Saarland etwas stärker eingebunden. Generell halte ich aber die Beziehung Deutschland-Frankreich in einem sich problematisch entwickelnden Europa für sehr wichtig.

Für die Zukunft sehe ich eine Investitionswelle auf Deutschland und

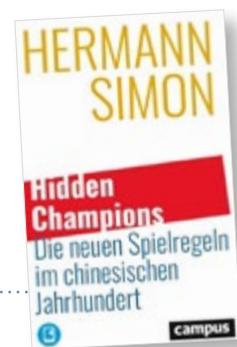
Europa zurollen. Dahinter steckt eine Entwicklung, die ich als „relative Deglobalisierung“ bezeichne und bereits seit zehn Jahren beobachte. Relative Deglobalisierung bedeutet, dass die Exporte langsamer wachsen als die Bruttoinlandsprodukte. Exporte werden zunehmend durch Direktinvestitionen ersetzt. Das bedeutet einerseits, dass Wertschöpfung von Deutschland ins Ausland, insbesondere nach China und Amerika, verlagert wird. Dasselbe findet aber auch in der umgekehrten Richtung statt. Erste massive Anzeichen sind die Tesla-Fabrik in Grünheide und die Ankündigung von Intel, acht Gigafabriken in Europa zu bauen, die jeweils zehn Milliarden Euro kosten. Es geht also um eine Investitionssumme von 80 Milliarden Euro, die man sich kaum vorstellen kann. Deutschland ist noch in der Shortlist der möglichen Standorte, und ich hoffe, dass Deutschland keine Fehler macht und eine oder sogar mehrere dieser Intel-Gigafabriken anziehen kann. Mir ist nicht bekannt, ob auch die Pfalz in der Shortlist ist. Es könnte durchaus sein, dass mit der Umgebung BASF etc. die Pfalz eine Rolle spielt.

Im Moment haben wir nur vier chinesische Greenfield-Fabriken in Deutschland, während es um die 2.000 deutsche Fabriken in China gibt. Wir werden viele Investitionen von Chinesen sehen. Alle der rund 100 chinesischen Automobilzulieferer, die ich getroffen habe, sagten, dass sie in Deutschland investieren wollen, um mit den deutschen Autoherstellern ins globale Geschäft zu kommen. Ich sehe große Chancen für Investitionen aus China und den USA, aber auch aus anderen europäischen Ländern. Natürlich muss man diesbezüglich aktiv werden und nicht darauf warten, dass die Investoren an die eigene Tür klopfen. Rheinland-Pfalz versucht das, aber im Vergleich zu anderen Ländern habe ich den Eindruck, dass hier noch Steigerungspotenzial besteht. ■

Zukunftsfähige Strategien

Simon, Hermann:
„Hidden Champions – Die neuen Spielregeln im chinesischen Jahrhundert“, August 2021, 39,95 Euro, 280 Seiten

Was macht den Erfolg der Hidden Champions aus Deutschland, Österreich und der Schweiz aus? Welche Strategien entwickeln sich positiv, und wie müssen Unternehmen diese angesichts von Digitalisierung, Klimawandel und neuen Märkten wie China anpassen? Antworten auf diese Fragen und Impulse zum Thema liefert dieses Buch vom Vordenker in Sachen heimliche Weltmarktführer.





Video auf
ihkpfalz-interaktiv.de

Designprodukt Nudel

Weintrauben, das Landeswappen von Rheinland-Pfalz oder ein Logo – es gibt kaum etwas, was in Großfischlingen bei Edenkoben nicht in die Nudeltüte kommt. Rund 1.000 Motive in allen Farben, dazu zahlreiche Geschmacksrichtungen von Bärlauch bis Schoko – die Gutting Pfalznudel GmbH erfüllt praktisch jeden Pasta-Wunsch.



Gutting Pfalznudel GmbH

Großfischlingen

Marktführer für Motivnudeln, Logonudeln und besondere Geschmacksvarianten

Nr. 1 in Europa,
Top 3 Weltmarkt

Beschäftigte:
20 weltweit,
10 davon in der Pfalz

Botschaft: „Was Sie suchen, haben wir, wenn nicht, zaubern wir es herbei.“

 www.pfalznudel.de

„**U**nsere persönliches Erfolgsgeheimnis ist in der Tat, dass wir fast alle Kundenwünsche, was eine Nudel angeht, erfüllen können: Form, Geschmack, Verpackungsgröße, individuelles Etikett, Pastaset – was auch immer. Kreativität und Know-how gepaart zum leckeren Designprodukt“, so fasst es Corinna Schreieck, die Tochter der Unternehmensgründerin und Geschäftsführerin Gerlinde Thelen, zusammen.

Erste Nudel in Traubenform

Seit 1989 setzt man bei Gutting auf besondere Nudelformen: „Uns zeichnet aus, dass wir uns unseren eigenen Nischenmarkt quasi selbst geschaffen haben“, so Schreieck. „Bevor der Markt wusste, dass er das möchte, hatten wir es schon erfunden. Mein Stiefvater, Heinz Thelen, hatte die Idee, eine Nudel in Traubenform zu kreieren, und hat sie gegen alle Widerstände durchgesetzt.“

Im Jahr 1997 kamen Sonderanfertigungen in den Leistungskatalog, den Startschuss setzte eine Logo-Nudel für Grohe Armaturen, bezeichnenderweise ein Einhandhebelmischer. Viele weitere Logos für namhafte Unternehmen sollten folgen. Dazu kamen Nudeln für jedes Hobby (Fahrrad, Musik, Wandern) und jeden Beruf, für Lebensereignisse, saisonale Anlässe und Merchandising. Zahlreiche Preise



« Schicken Pfälzer Nudeln in alle Welt: Gerlinde Thelen (links) mit Enkel Constantin Schreieck und Tochter Corinna Schreieck.

konnten die Pfälzer Nudelideen bereits einheimen.

Sonderwege im Vertrieb

Doch nicht nur die Produkte von Pfalznudel sind ein Alleinstellungsmerkmal: „Meine Mutter hat den Mut gehabt, die Vertriebswege komplett zu ändern“,

so Schreieck. „Wir verkaufen nicht in Supermärkten, was der klassische Vertriebsweg wäre, sondern über den Werbemittelhandel, im Feinkost- und Geschenkartikelladen, im Merchandising-Bereich. Zum Beispiel wird die Pasta Musica in fast allen Musikalienhandlungen als Geschenk für Musikliebhaber verkauft.“

Das Damen-Duo hat sich vorgenommen, auch in Zukunft ein Lächeln auf die Lippen seiner Kunden zu zaubern und sie immer wieder mit kreativen Ideen zu begeistern, versichert Schreieck: „Die Entwicklung in den kommenden fünf bis zehn Jahren wird sicher spannend. Herausforderungen wie Corona-Krise und Klimawandel, die viele Lieferketten unterbrochen und zum Teil zu schlechten Ernten geführt haben, justieren die Geschäftswelt neu. Aber in jeder Krise liegt eine Chance: vielleicht auch die Besinnung auf europäische Stärken. Das bestärkt uns in unserem Ansinnen, was möglich ist, aus der Region zu beziehen.“ ■



Produkte für moderne Produktionsprozesse entwickeln und fertigen rund 100 Beschäftigte in Maxdorf.



EM-Technik-Geschäftsführer
Michael Meier

Präzision macht den Unterschied

Mit rund 160 Beschäftigten weltweit zählt die EM-Technik GmbH in Maxdorf global zu den weltweit führenden Herstellern hochwertiger Kleinstarmaturen und Verschraubungen aus Spezialkunststoffen. Ihre Maxime: Produkte konsequent aus der Perspektive ihrer Kunden zu entwickeln.

Das Unternehmen wurde 1965 in Ludwigshafen gegründet, heute leitet es Michael Meier in zweiter Generation von Maxdorf aus. Er trieb die Entwicklung von Präzisionsarmaturen und leistungsstarken Verschraubungen ebenso konsequent voran wie die Internationalisierung des Unternehmens. „Um unseren Wettbewerbsvorsprung als Hidden Champion weiter auszubauen, entwickeln wir als innovatives Unternehmen unsere Produkte und Anwendungslösungen ständig weiter“, so Geschäftsführer Meier.

EM-Technik ist ein mittelständisches Familienunternehmen, dessen Kunden aus den Branchen Chemie, Prozessanalysetechnik, Halbleiter, Pharma, Lebensmittel und anderen stammen. Dank der zehn Tochtergesellschaften und weiterer Vertretungen im Ausland können Anwender nahezu überall vor Ort beraten und maßgeschneiderte Lösungen entwickelt werden.

Patentiertes Anschlussprinzip

Alleinstellungsmerkmal ist unter anderem eine Schlauchverschraubung mit dem patentierten Anschlussprinzip „I+“. Die Vorteile: einfachstes Handling, da sie nur aus zwei Teilen besteht; leichte Montage und trotzdem absolute Sicherheit. Darüber hinaus verfügt das Maxdorfer Unternehmen über einen Reinraum der DIN EN ISO 14644-1 Klasse 7. Hier

werden höchste Anforderungen an Sauberkeit und Partikelfreiheit erfüllt, der Reinraum ist sauberer als ein OP-Saal, was speziell für Kunden aus Medizintechnik und Lebensmittelbranche wichtig ist.

„Die Entwicklung für die kommenden Jahre sehen wir optimistisch“, fasst Meier zusammen. „Unser Kerngeschäft sind ja hochwertige Kunststoffverschraubungen und -armaturen zum Verbinden, Absperrern, Regulieren, Filtern, Messen und Verteilen von Gasen und Flüssigkeiten. Unser Geschäftskonzept wird weiterhin erfolgreich sein, solange unsere Kunden ihre Medienströme (Gase und Flüssigkeiten) nicht ‚digital über Datenleitungen‘ schicken können.“ ■

Klein, aber fein und einzigartig: 2-Wege-Kugelhahn von EM-Technik



EM-Technik GmbH

Maxdorf

Marktführer für die Herstellung von hochwertigen Verschraubungen und Kleinstarmaturen aus Spezialkunststoffen

Top 3 Weltmarkt

Beschäftigte: 160 weltweit, 100 davon in der Pfalz

Botschaft: „Neben unseren technisch anspruchsvollen Produkten steht für uns die Zufriedenheit des Kunden immer im Vordergrund. Wir setzen auf kontinuierliche Innovation und ständige Produktweiterentwicklung.“

 www.em-technik.com



Wasserwaagen-Marktführer: Stabila aus Annweiler



Setzt auf die Innovationskraft der Beschäftigten: Stabila-Geschäftsführer Ulrich Dähne.

132 Jahre **Erfindergeist**

Präzises Messen ist eine der wichtigsten Tätigkeiten auf der Baustelle. Darum sind für Profis Messwerkzeuge unabdingbar, auf die sie sich jederzeit verlassen können. Das Produktprogramm der Stabila Messgeräte GmbH in Annweiler umfasst Wasserwaagen, Laser, elektronische Messwerkzeuge, Maßstäbe und Bandmaße.

Stabila Messgeräte GmbH

Annweiler

Marktführer für Wasserwaagen und Holzgliedermaßstäbe

Top 3 Weltmarkt

Beschäftigte: 600 weltweit, 350 davon in der Pfalz

Botschaft: „Stabila – So messen echte Profis!“

www.stabila.com

Die Wurzeln des Marktführers bei Wasserwaagen und Holzgliedermaßstäben reichen zurück bis ins Jahr 1865: Anton Ullrich, der Onkel des Stabila-Firmengründers Gustav Ullrich, begann im 19. Jahrhundert mit der Fertigung von Gelenkmaßstäben in Maikammer. Ein solcher historischer Gelenkmaßstab ist heute noch im Besitz des Unternehmens. Und bereits 1886 ließen die Ullrichs das einrastende Federgelenk beim Maßstab patentieren. Im Jahr 1889 gründete Gustav Ullrich in Annweiler die sogenannte „Meterfabrik“. Maßstäbe und Wasserwaagen wurden bald in alle Welt exportiert. Im Jahr 1929 wurde die Marke Stabila eingetragen.

Expansion im Ausland

Anfang der 1950er Jahre erwarben die Messexperten das Patent auf die Acrylglas-Libelle in Wasserwaagen, 1979 folgte das patentierte Einbausystem für die vergossene Libelle im Profil. Im Jahr 1993 eröffnete Stabila ein Maßstabwerk in Tschechien, und bereits 1994 stieg das Unternehmen ins Lasergeschäft ein. Laser-Nivelliergeräte und Laser-Entfernungsmesser sind wegen ihrer hohen Präzision und großen Reichweite unverzichtbare Hilfsmittel für jedes Gewerk am Bau

geworden. Seit 2011 ist Stabila außerdem mit einem Werk in China präsent.

Nachhaltiger Wachstumskurs

„Der weltweite Erfolg und die Fortsetzung des nachhaltigen Wachstumskurses basieren auf der Innovationskraft unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und dem hohen Qualitätsstandard unserer Produkte“, so Geschäftsführer Ulrich Dähne.

Nach dem speziellen Geheimnis von Stabila gefragt, antwortet Dähne: „Erfolgsgeheimnis? Wäre ja keins mehr, wenn ich es hier schreiben würde. Aber so viel trotzdem: Unsere Mitarbeiter, Produkte und Kunden sind sicher der wesentliche Teil davon.“

Von Megatrends profitieren

Der Messgeräte-Spezialist aus der Südpfalz blickt optimistisch in die Zukunft. Für 2023 ist die Eröffnung eines neuen Logistikzentrums im Raum Annweiler geplant. Die Prognose für die kommenden zehn Jahre: „Wir sind gut aufgestellt, um an den aktuellen Megatrends, etwa dem Ausbau von Infrastruktur und Wohnraum oder der Digitalisierung am Bau, überproportional profitieren zu können“, so Dähne. ■



Vorsprung durch Know-how

Einen Namen als Hersteller von Pressen, vollautomatischen Pressensystemen und Dienstleistungen rund um die Herstellung von Formteilen hat sich die Wickert Maschinenbau GmbH, Landau, gemacht. Was 1901 mit Wein- und Obstpressen begann, wurde zu hochtechnisiertem Spezialistentum entwickelt.

Wickert ist Hersteller von Pressen, vollautomatischen Pressensystemen und Dienstleistungen rund

um die Herstellung von Formteilen. 1948 brachte man die erste Vulkanisierpresse für Gummiartikel auf den Markt. Ein Meilenstein aus der jüngeren Geschichte: Die erste Wickert-Pharmapresse zur Herstellung pharmazeutischer Verschlusssysteme kam 1992 auf den Markt, 2001 freut man sich über den „Innovation Award“ für Pressen zur Herstellung von pharmazeutischen Teilen.

„Seit mehr als 100 Jahren fertigen wir hydraulische Pressen und tragen mit unseren Innovationen aktiv zu deren Weiterentwicklung bei“, so Hans-Joachim Wickert, der geschäftsführende Gesellschafter und technische Leiter. „Weiter voran treibt uns unsere Neugier und unser Mut, immer wieder technologisches Neuland zu betreten. Unsere erfahrenen Mitarbeiter tragen entscheidend zum Erfolg bei. Doch vor allem stammt unser Know-how von der engen Zusammenarbeit mit unseren Kunden.“



« Hans-Joachim Wickert, geschäftsführender Gesellschafter und technischer Leiter der Wickert Maschinenbau GmbH

Verschluss-technik-Spezialist für mRNA-Impfstoffe

Das Landauer Unternehmen gilt als Marktführer bei Pharmapressen für die Herstellung pharmazeutischer Verschlussstopfen, insbesondere zum Verschließen von Impfstoffen. Es findet Abnehmer in Europa, den USA, Russland und dem Nahen Osten. Im Jahr 2020 konnte der südpfälzische Betrieb dank seiner langjährigen Expertise die spezielle Verschluss-technik in Rekordzeit auf Coronavirus-Impfstoff-Phiolen anpassen, die auch für jeden anderen mRNA-Impfstoff verwendbar ist. Die schnelle Marktanpassung zog einen Großauftrag über 19 Pharmapressen nach sich.

„In den Marktnischen, die wir bearbeiten, wollen wir weltweit Leistungsführer sein“, so Wickert. „Unsere Ausrichtung für die Zukunft orientiert sich an der technischen Entwicklung im Bereich Mobilität, Pharmazeutik und Mikrochipindustrie.“ ■



Spezialwissen: Pharmapressen von Wickert verschließen Impfstoff-Phiolen.



Video auf ihkpfalz-interaktiv.de

Wickert Maschinenbau GmbH

Landau

Marktführer für Pharmapressen zur Herstellung pharmazeutischer Verschlussstopfen, insbesondere zum Verschließen mRNA-basierter Impfstoffe

Nummer 1 in Europa, Top 3 Weltmarkt
Beschäftigte: 190 weltweit, davon 188 in der Pfalz

Botschaft: „Wir haben den Mut, technisches Neuland zu betreten. Als Familienunternehmen sind wir seit 120 Jahren in der Südpfalz ansässig. Wir handeln wirtschaftlich, verantwortungsbewusst und nachhaltig.“



www.wickert-presstech.de

Aus der **Forschung** in die Praxis

3 Fragen an Daniela Schmitt



▲ Daniela Schmitt leitet seit 2021 das rheinland-pfälzische Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau und ist seit 2013 Beisitzerin im FDP-Bundesvorstand.

Mittelstand vorn

Die Studie „Hidden Champions RLP“ (2021) vom Forschungszentrum Mittelstand (FZM) der Uni Trier ermittelte 146 Hidden Champions in Rheinland-Pfalz. Der durchschnittliche rheinland-pfälzische „versteckte“ Held ist 83 Jahre alt, beschäftigt 514 Mitarbeiter und erwirtschaftet einen jährlichen Umsatz von 160 Millionen Euro. Teilt man die Unternehmen in Größenklassen ein, so zählen fast 60 Prozent der Hidden Champions zu den mittleren Unternehmen (zwischen 50 und 499 Mitarbeiter), elf Prozent zu kleinen Unternehmen (maximal 49 Mitarbeiter) und nur knapp jedes dritte ist ein Großunternehmen (über 500 Mitarbeiter).

Welche Faktoren am Wirtschaftsstandort Pfalz begünstigen die Entwicklung von Hidden Champions?

„Rheinland-Pfalz ist ein guter Standort für Hidden Champions und innovativen Mittelstand. Eine aktuelle Studie zeigt, dass das ganz besonders für die Pfalz gilt. Wenn wir auf den Branchenmix schauen, ist er sehr typisch: Fast alle Hidden Champions kommen aus dem klassischen produzierenden Gewerbe. Insbesondere Maschinenbau, Metallindustrie, Elektrotechnik und chemische Industrie sind prägend. Und hier lautet für mich der Schlüsselbegriff Innovation: Diese Industrien und die mit ihr verbundenen Unternehmen werden sich im Zuge der Transformation verändern. Wer kann die Chancen digitaler Geschäftsmodelle nutzen? Wer kann seine Produktion besonders nachhaltig gestalten? Der Wirtschaftsstandort Pfalz steht hier vor einer Herausforderung, für die er gut aufgestellt ist: Die Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen – ich denke an die TU Kaiserslautern, das Deutsche Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz und viele andere – können Innovationstreiber sein. Manche Hidden Champions sind direkt aus solchen Institutionen entstanden. Der Wissenstransfer aus der Forschung in die Praxis ist ein Pfälzer Markenzeichen. Das Innovationsökosystem rund um die Hochschulen muss daher stark bleiben.“

Was unternimmt die rheinland-pfälzische Politik, um Innovationskraft und Exportneigung pfälzischer Unternehmen zu stärken?

„Zunächst ist mir wichtig, weshalb wir das tun: Um international wettbewerbsfähig zu sein, müssen Unternehmen Innovationen generieren, sie entwickeln und erfolgreich am Markt platzieren. Wir schauen, an welcher Stelle wir helfen können. Unsere Angebote und Programme sind dabei immer branchenoffen, technologieneutral und passgenau ausgestaltet – vom anwendungsorientierten Kompetenzaufbau an Hochschulen über Maßnahmen der Start-up-Förderung bis hin zur Unterstützung von Netzwerken und Clustern. Auch die Förderprogramme sind dem Innovationsprozess angepasst: Mit

InnoTop etwa unterstützen wir Forschung und Entwicklung. Das Gründerstipendium hilft Start-ups während der Entwicklung zur Marktreife. Unser neues Förderprogramm IBI greift im Anschluss: Wir unterstützen die Unternehmen dabei, Innovationen im Betrieb – seien es neue Produkte oder wesentliche Neuerungen in der Produktion oder der betrieblichen Organisation – zu implementieren. Im Hinblick auf die exzellente Exportquote rheinland-pfälzischer Unternehmen von 55 Prozent ist gezielte und effiziente Außenwirtschaftsförderung entscheidend. Wir ebnen Wege in ausländische Absatz- und Beschaffungsmärkte. Mit unserem Programm ‚Gemeinsam auf Auslandsmärkte‘ bieten wir zahlreiche Wirtschaftsreisen, Fachseminare und Messebeteiligungen an.“

Welche Branchen oder pfalztypischen Themen halten Sie für besonders geeignet, um künftig Alleinstellung zu erlangen bzw. sich weiter zu profilieren?

„Natürlich müssen wir hier über die Nutzfahrzeugindustrie sprechen. Rheinland-Pfalz ist auf dem Markt der Nutzfahrzeuge-, Bau- und Landmaschinenindustrie überdurchschnittlich stark repräsentiert. Eine Vielzahl der relevanten Unternehmen sitzt in der Pfalz. Und das ist kein Zufall. Das Commercial Vehicle Cluster (CVC) in Kaiserslautern hat sich von einem Netzwerk zu einem der wichtigsten Standortfaktoren überhaupt entwickelt. Aktuell spielen Themen wie alternative, auch wasserstoffbetriebene Nutzfahrzeuge sowie international wettbewerbsfähige Produktionssysteme eine entscheidende Rolle. Die im CVC vertretenen Unternehmen nehmen hierbei bereits jetzt eine international führende Position ein. Mit dem eActros wurde beispielsweise der erste vollelektrische Lkw von Daimler in Germersheim entwickelt und nun auch produziert.“ ■



Parkhotel Schillerhain GmbH

„Menschen sind der Erfolgsfaktor“

Mitarbeiter sind das Kapital eines jeden Unternehmens. Auch das Parkhotel Schillerhain in Kirchheimbolanden hat sich in den vergangenen Jahren zu einer erfolgreichen und modernen Arbeitgebermarke entwickelt. Jetzt wurde der Betrieb dafür mit dem dritten Platz des Hospitality HR Awards der Deutschen Hotelakademie (DHA) in der Kategorie „Individualhotel“ ausgezeichnet – als einziges Haus in Rheinland-Pfalz.



„Menschen als Ressource zu sehen, ist bereits der erste Managementfehler“, sagt Geschäftsführer Alexander Wurster (Mitte). 



Eigentlich mag Alexander Wurster, Geschäftsführer des Parkhotels, den Begriff Human Resources (HR) überhaupt nicht. Mehr noch: „Menschen als Ressource zu sehen, ist bereits der erste Managementfehler.“ Seine Auszubildenden nennt Wurster „Talente“, seine Assistenten „Team-Unterstützer“. Doch es sind nicht die Begrifflichkeiten allein. „Menschen sind der Erfolgsfaktor schlechthin für ein Unternehmen“, so Wurster. Wenn man sich mit ihnen beschäftige, ihnen die Möglichkeit und das Handwerkszeug gebe, sich zu entwickeln, könne so viel Gutes und Neues entstehen. „Man muss es nur zulassen.“

Doch was unterscheidet das Parkhotel Schillerhain von anderen Unternehmen? „Es ist uns ein Anliegen, dass die Abteilungsziele von den Mitarbeitern definiert und vorgegeben werden“, unterstreicht Wurster. Ziele sollten nicht von der Geschäftsführung diktiert werden. Logischerweise setze dies vollständige Transparenz voraus. Mit jedem Teammitglied wird ein Entwicklungsplan erstellt und besprochen, um die individuellen

Stärken herauszuarbeiten. „Wenn sich die Menschen im Unternehmen entwickeln, wird sich zwangswise auch das Parkhotel entwickeln“, so der Geschäftsführer.

Im vergangenen Jahr wurde das Quadranten-Verhaltensmodell „DISG“ eingeführt. Vom Talent bis hin zur Geschäftsführung erhielten alle Mitarbeiter Trainings und eine persönliche Auswertung. So können die Teammitglieder nicht nur etwas über sich lernen, sondern auch über den zwischenmenschlichen Umgang mit Kollegen und Gästen. Dieses Modell findet immer wieder Anknüpfungspunkte in Meetings und in der täglichen Arbeit. Vorgelebt wird das innovative Konzept von der Geschäftsführung. Zudem gehören Feedback-Gespräche und Coachings längst zum Alltag.

Das Parkhotel Schillerhain am Fuße des Donnersbergs verfügt über 78 Zimmer, Tagungsräume und einen großen Spa-Bereich. Rund 70 Mitarbeiter kümmern sich um das Wohl der Gäste, 45 davon festangestellt in Voll- oder Teilzeit und neun davon als Auszubildende. Im Lockdown

haben sie alle mitgeholfen, den Zimmern einen neuen Anstrich zu verpassen und das Haus auf die Wiedereröffnung vorzubereiten. „Das war echtes Teamwork“, ist Wurster noch heute begeistert. Und auch die Auslastung der Zimmer und Tagungsräume kann sich sehen lassen. Seit Sommer läuft der Betrieb wieder nahezu normal.

Von der Auszeichnung durch die Deutsche Hotelakademie war Alexander Wurster dann aber doch überrascht: „Das war so nicht erwartbar.“ Bereits seit 2013 zeichnet die DHA vorbildliches Engagement im HR-Management aus. Prämiert werden Konzepte in den Feldern Ausbildung, Recruiting und Mitarbeiterbindung und -entwicklung sowie die überzeugendsten und umfassendsten HR-Gesamtstrategien in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Das Parkhotel Schillerhain landete in der Kategorie „Individualhotel“ lediglich hinter den beiden deutlich größeren Häusern Platzl (München) und Hotel Ritter (Durbach). ■ (dl)

 www.schillerhain.de

Schöne neue Einkaufswelt

Nichts wird mehr so sein, wie es einmal war im Einzelhandel – nicht nur wegen der Corona-Pandemie. Die Konkurrenzsituation hat sich schließlich genauso verändert wie die Kunden samt Ansprüchen und Einkaufsverhalten. Im täglichen Kampf um ihre Gunst und ihren Geldbeutel entwickelt der Einzelhandel kreative Ideen, um den Einkauf möglichst attraktiv zu gestalten.

Schon immer musste der Einzelhandel mit Wandel und Umbruch umgehen. Zu denken ist an die „Tante-Emma-Läden“, für die aufkommende SB-Märkte so einschneidend waren wie heute die Discounter für kleine Bäckereien und Metzgereien. Darüber hinaus sind völlig neue Vertriebskanäle entstanden. So bietet der Online-Handel den Konsumenten eine Alternative zum stationären Geschäft – und bekanntlich kann jeder Euro nur einmal ausgegeben werden.

Wachsende Konkurrenz vom Partner

Hinter den E-Shops stehen indes nicht nur Zwischenhändler. Es sind oft die Hersteller selbst, die den direkten Absatzweg suchen und ihren Einzelhandelspartnern potenzielle Kaufkraft abschöpfen. Den Retail komplett zu übergehen, ist auch im stationären Bereich gang und gäbe – Stichwort Factory-Outlet. Hier wie dort den Endkunden vermeintliche Schnäppchenpreise offerieren und damit dennoch gute Geschäfte machen zu können, fällt nicht schwer, ersparen sich die Hersteller doch die Margen für den Zwischenhandel.

Anreize durch Mehrwerte schaffen

Dem Ladenbesitzer bleibt nur die Flucht nach vorne, indem er die eigenen Stärken betont und immer wieder aufs Neue den Kunden überzeugende Gründe liefert, überhaupt das Geschäft zu betreten. Um die Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten, sind Mehrwerte gefragt, wie etwa das Filialgeschäft mit dem angeschlossenen Onlinehandel zu verschmelzen: Ist der gewünschte Artikel in einer bestimmten Größe oder Farbe vor Ort nicht verfügbar? Im Idealfall genügen dann wenige Klicks auf dem Smartphone des Verkäufers für Bestandsauskunft oder gleich auch Versandauftrag vom Zentrallager an die Kundenadresse. Andererseits aber adaptiert längst auch der Onlinehandel die Vorzüge der stationären Ladengeschäfte,

zu sehen u. a. bei Kleideranproben mit kostenloser Rücksendung oder individuellen Online-Kaufberatungen.

Kreativ und pfiffig auf Kundenschau

Im Gegensatz zum digital-distanzierten Besuch im Online-Shop wird der Kunde im stationären Handel mit all seinen Sinnen angesprochen. Mit dem Ziel, den Einkauf zum Event werden zu lassen, werden Ladenumgebungen immer aufseherregender gestaltet und Waren immer präzenter in den Mittelpunkt gestellt und greifbar gemacht, statt sie lediglich im Regal zu horten. Kunden-Communitys entstehen, und im Sinne eines „Retailtainment“ verschmelzen Präsenzhandel und Unterhaltung zu einem Anziehungspunkt für den Einkauf als ganz besonderes Erlebnis.

Der Einkaufsort als sozialer Treffpunkt

Nicht nur einfach Produkte anzubieten, sondern den Einkaufsort auch als einen sozialen Treffpunkt für jeden Tag zu etablieren, hat sich beispielsweise Wasgau auf die Fahnen geschrieben. Dabei investiert der Pirmasenser Lebensmittel-Handelskonzern ganz besonders ins Ambiente seiner 72 Frischemärkte. „Durch ansprechende Arrangements von Früchten und Gemüse in Körben geben wir unseren Obst- und Gemüseabteilungen das Flair eines Wochenmarkts“, benennt Milan Bucalo, Geschäftsführer WASGAU Einzelhandels GmbH, exemplarisch. Das Konzept von integrierten Sitzcafés lädt dazu ein, ein passantes Kuchen, Snacks und Getränke zu genießen.

„In unserem neuen Gastro-Konzept ‚Himmel & Herd‘ können unsere Gäste jeden einzelnen Handgriff live verfolgen, der auf ihre Bestellung bis hin zum Anrichten folgt“, so Bucalo. „Dabei servieren wir bevorzugt Gerichte aus regionalen Zutaten und bieten tägliche Menüwechsel an.“



Weitere Beispiele mit Event-Charakter sieht er im erst kürzlich umgebauten Frischemarkt in der Pirmasenser Arnulfstraße, etwa in einem Sushi-Shop mit ebenfalls vor Ort frisch hergestellten Asia-Snacks und Sushi. An einer Candy-Bar gibt's zudem Süßigkeiten zum Selbermischen, auch der Weinkeller wurde moderner interpretiert und zeigt sich jetzt noch einladender.

Einkauf vor Ort mit digitalen Möglichkeiten verknüpfen

Wenn Karsten Kühn über Einkaufserlebnisse nachdenkt, hat er dabei nicht nur 165 Bau- und Gartenmärkte im Blick. Hornbach hat in den vergangenen zehn Jahren intensiv daran gearbeitet, den Einkauf im stationären Markt mit den neuen digitalen Möglichkeiten zu verknüpfen – „immer unter dem Gesichtspunkt des größtmöglichen Kundennutzens“, wie Kühn, Mitglied im Vorstand der Baumarktkette mit Stammsitz im südpfälzischen Bornheim, betont. „Für uns steht der Kunde mit seinem Projekt im Mittelpunkt unseres Handelns. An jedem Punkt seiner Customer Journey wollen wir für ihn da sein und ihm die Lösungen bieten, die er gerade benötigt.“

Im Zuge der Corona-Pandemie und der Lockdowns haben die Kunden viele digitale Möglichkeiten intensiv genutzt, etwa Waren online reserviert und am Markt weitgehend kontaktlos abgeholt.



Nicht nur einfach Produkte anzubieten, sondern den Einkaufsort auch als einen sozialen Treffpunkt für jeden Tag zu etablieren, hat sich Wasgau auf die Fahnen geschrieben.

Oder die Artikel im Einkaufswagen mit dem eigenen Smartphone gescannt, um so über die Hornbach-App einen Barcode zu erzeugen und den Aufenthalt in der Kassenzone auf ein Minimum zu reduzieren. Kunden haben sich Videoanleitungen der Hornbach-Meisterschmiede häufiger angesehen als je zuvor und vermehrt Online-Beratungen über die App in Anspruch genommen.

„Wir freuen uns über diesen Zuspruch und gehen zugleich davon aus, dass Inspiration, Beratung und Anleitung im Markt nach der Pandemie wieder deutlich stärker gefragt sein werden. In Kürze werden in unseren Märkten erstmals seit Monaten wieder Workshops stattfinden und wir erleben gerade einen regelrechten Run auf die Anmeldungen. Das unterstreicht eindrucksvoll die Bedeutung persönlicher, kompetenter Ansprechpartner im Handel“, so Kühn.

Punkten (nicht nur) mit dem attraktiven Standort

„Der Einkauf in Kombination mit Gastronomie ist immer auch Freizeitgestaltung. Dem muss der Einzelhandel gerecht werden, will er seine Stärken, wie persönliche Beratung, Berührbarkeit von Produkten oder diese direkt mitnehmen zu können, auch in Zukunft ausspielen“, zeigt sich Center Manager Patrick Steidl überzeugt. Seine Rhein-Galerie liegt mit ihren über 100 Shops, Cafés und Restaurants am Rande der Innenstadt

von Ludwigshafen auf der Achse zum Rhein, der direkt an dem Shopping-Center vorbeifließt.

Nach den Pandemie-bedingten Schließperioden haben dort im Juni wieder alle Geschäfte geöffnet. Eine schwierige Phase für den Einzelhandel, berichtet Seidl, hätten doch einige Mieter ihre Verträge auslaufen lassen. Aktuell stünden noch zehn Prozent der Flächen leer. Noch immer sieht er große Events als problematisch an, weil Menschenansammlungen generell vermieden werden sollten. Dennoch oder gerade deshalb setzt er auf die vielen neuen Konzepte mit Namen wie Saturn, Müller, JD Sports und Camp David, die seitdem in die Rhein-Galerie Einzug gehalten haben, wie auch auf die Einzigartigkeit des Standorts direkt am Rhein.

Auf dem vorgelagerten Platz der Deutschen Einheit locken Veranstaltungen die Leute an, wie aktuell das Winterdorf, das noch bis 15. Januar geöffnet sein wird. Mit weihnachtlicher Center-Dekoration wird es außerdem in Zusammenarbeit mit dem Kulturzentrum der Stadt Ludwigshafen einen Pop-up-Adventskalender auf der Weihnachtsbühne geben. Gemeinsam mit der Ludwigshafener Ortsgruppe des Deutschen Kinderschutzbunds veranstaltet die Rhein-Galerie darüber hinaus erstmalig eine Wunschzettelaktion. Aber man dürfe auch nicht die Anziehungskraft von Rabattaktionen verkennen, wie der Glamour-Shopping-Week oder den Black Price Days

Ende November, so Steidl. „Gerade vor Weihnachten ein schönes Schnäppchen zu machen, kann per se schon ein ganz besonderes Einkaufserlebnis sein.“

Aus Erlebnisstätten werden Erlebnisstädte für den Einkauf

Für ebensolche besonderen Shopping-Momente direkt vor der Haustür sorgen die auf Initiative der IHK Pfalz seit 2018 jährlich stattfindenden „Heimat shoppen“-Aktionstage. Dann laden Händler, Gastronomen und Dienstleister mit ihren ganz individuellen kreativen Aktionen zum „Offline-Shopping“ ein – und machen so quasi gleich die Stadt zum Einkaufs-Treff mit Eventcharakter. Zugleich rücken sie damit einmal mehr die wichtige Bedeutung des Handels für eine lebendige, attraktive Stadt in den Fokus. Die Kunden wiederum werden sich bewusst, dass sie mit ihrem Konsumverhalten letztlich mitentscheiden, wie vielfältig das Waren- und Dienstleistungsangebot in ihrer Heimatstadt sein kann. Trotz einer Corona-bedingt schwierigen Situation beteiligten sich 2021 insgesamt 27 Städte und Gemeinden mit über 800 Unternehmen – ein echtes Rekordjahr (siehe auch Seite 28). ■ (Andreas Becker)

 www.wasgau.de

 www.hornbach.de

 www.rheingalerie-ludwigshafen.de

 www.pfalz.ihk24.de/heimat-shoppen



DaRa Food & Sports GmbH

Scho boid werd o'zapft sei*

Mit der Almhütte Talblick entsteht in Zweibrücken unweit des Flugplatzes eine für die Region einzigartige Gastronomie. Zum Gesamtkonzept gehört eine Indoor-Soccer-Arena mit zwei Plätzen. Der Pirmasenser Betreiber DaRa Food & Sports GmbH investiert dafür 3 Millionen Euro.

„Die besten Projekte entstehen nicht auf dem Reißbrett, sie kommen auf einen zu“, weiß Raphael Wagenblatt zu berichten: Schon länger ist er davon überzeugt, dass der Region eine Wirtschaft mit urig-bayrischem Hüttenflair fehlt. Aber erst als man ihn auf das „perfekt passende Grundstück“ aufmerksam machte, nahm das Projekt Almhütte Talblick für ihn und seinen Geschäftspartner Daniel Schneider schließlich Gestalt an.

Aus Kommilitonen werden Gründer

Die beiden Jungunternehmer kennen sich aus Studienzeiten, 2017 haben sie ihren ersten Betrieb gegründet. Seit 2019 bildet die DaRa Group (DaRa setzt sich aus den Vornamen der Gründer zusammen) das Dach einer Reihe spezialisierter Einzelgesellschaften mit insgesamt 80 Beschäftigten; deren Themen reichen von IT und Grafik bis hin zu Eventmanagement und Gastrono-

mie. Im Gastgewerbe hat die Gruppe bereits ihren ganz eigenen Stil bewiesen – mit Locations wie der Veranstaltungsgaststätte Quasimodo und der 1875 Sportsbar (beide in Pirmasens) oder dem Katakomben Musikclub Kaiserslautern.

Herausforderndes Gastroprojekt

Hier fügt sich das ambitionierte Neuprojekt nahtlos ein – ambitioniert hinsichtlich der Investitionssumme von 3 Millionen Euro zum Kauf des 15.000 Quadratmeter großen Geländes an der Zweibrücker Europa Allee und für den Neubau der Anlagen. In der Gaststätte sollen 390 Gäste Platz finden, weitere 300 im Außenbereich; dort erwarten sie bayrische wie pfälzische Spezialitäten. Auf dem Dach des angeschlossenen Hallenfußball-Trakts wird eine 1.500 Quadratmeter große Photovoltaikanlage für den selbst benötigten Strom sorgen und die überschüssige Energie ans Stromnetz abgeben.

 www.talblick-zw.de

Eine weitere Herausforderung ist der notwendigen Änderung des Bebauungsplans geschuldet. Wagenblatt ist gerade auch in diesem Zusammenhang froh über die, wie er sagt, „sehr enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit dem Zweckverband Entwicklungsgebiet Flugplatz“ in Zweibrücken.

Neue Arbeits- und Ausbildungsplätze

Wenn alles plangemäß verläuft, und danach sieht es für ihn aus, können die Bauarbeiten bereits Anfang nächsten Jahres beginnen. Die Eröffnung ist für September 2022 vorgesehen – „spätestens aber zum Oktoberfest“, wie er betont. Dann werden für den laufenden Betrieb 15 Vollzeit- und weitere zehn bis 15 Aushilfsstellen geschaffen sein, bis zu vier Ausbildungsplätze sollen folgen. Die vermeintlich für die Gäste wichtigste Frage allerdings ist aktuell noch nicht geklärt – welches Bier nämlich beim ersten Fassanstich ausgeschenkt wird. ■ (ab)

* frei aus dem Bayerischen für „Bald schon wird das erste Bierfass angezapft sein.“

Otto Stockmayer + Sohn GmbH

Sanfter Übergang in vierte Familiengeneration

Vom lokalen Lederlieferanten zum europaweiten Anbieter hochwertiger Textilien sowie technischer Materialien für Schuhe und modische Accessoires: Die hundertjährige Erfolgsgeschichte der Otto Stockmayer + Sohn GmbH ist geprägt von unternehmerischem Mut zu stetem Wandel.

Wenn Ute Rosenfelder zurückblickt, schwingt Wehmut mit: Bereits als Kind hatte sie in den Siebzigerjahren miterlebt, wie ihr Vater in den großen Schuhfabriken der Region ein- und ausging. Ihr Textilhandel florierte und brachte schon damals, wie sie berichtet, immer wieder Innovationen hervor. So hatten die „waschechten“ Pirmasenser etwa früh erkannt, dass synthetische Materialien wie Kunststoffe der Schuhbranche völlig neue Möglichkeiten eröffnen würden.

Seit 1990 führt Ute mit Ehemann Bernd Rosenfelder die Geschäfte des sechzehn Mitarbeiter zählenden Familienbetriebs; bis zum Ruhestand Ende 2020 gehörte auch ihr Bruder Hans-Jürgen Stockmayer zum Führungsteam. Unter ihrer Ägide hat sich das Portfolio für hochwertige modische Textilien und technische Materialien deutlich erweitert, auch wurde die Diversifikation in neue Segmente wie Taschen und Accessoires vollzogen.

Renommiertes Textilgroßhändler und -veredler

Die Produktwelten spiegeln sich in den Säulen Sport, Mode, Arbeitssicherheit und Orthopädie wider. Der Fokus liegt auf europaweiten, teils internationalen Märkten. Unter den Kunden befinden sich auch namhafte deutsche Schuhhersteller. Von dem Textilgroßhändler und -veredler beziehen sie die verschiedensten Zulieferprodukte, darunter Ober- und Futterstoffe in den unterschiedlichsten Ausführungen und Variationen, Verstärkungsmaterial für den Schaftbau oder Haken- und Flauschbänder für Klettverschlüsse; bedruckte Textilien runden das Ganze ab.

Materialien wie diese werden in Eigenregie oder in Kooperation von Partner



▲ Zwei Generationen mit dem gleichen Anspruch, Trends zu erkennen und selbst Trendsetter zu sein: Bernd und Ute Rosenfelder, Lisa Anstatt, Marc Rosenfelder (v.l.n.r.).

unternehmen nach kundenindividuellen Anforderungen veredelt. Eigens für das Kreieren und Aufbringen von Druckdesigns unterhält Stockmayer ein Entwurf- und Druckzentrum. Zu den Kernkompetenzen gehören die individuelle Beratung und Spezialanfertigungen nach Kundenwunsch. Hier spielt die Kreativität eine große Rolle, geben doch die Farb- und Druckdesigns wichtige Impulse für die modische Entwicklung der Endprodukte.

Fließender Übergang bereits eingeleitet

Mit Marc Rosenfelder und Lisa Anstatt ist vor drei Jahren die vierte Generation ins Unternehmen eingetreten. Ihr Anspruch lautet unisono, auch künftig

nicht nur mit den Entwicklungen der Zeit zu gehen, sondern „die Trends zu erkennen und am besten sogar selbst Trendsetter zu sein“, wie Prokurist Marc Rosenfelder umschreibt.

Im Herbst besuchte er die Internationale Ausstellung für Lederwaren und Accessoires „Lineapelle“ und hat erfolgsversprechende Neukontakte mitgebracht. Auch mit der Resonanz auf die in Mailand präsentierte Herbst/Winter-Kollektion 2022/23 zeigt sich Marc Rosenfelder angesichts eines vollen Auftragsbuches zufrieden. ■ (ab)

 www.stockmayer.com

cyperfection GmbH

Als das Internet laufen lernte

Digitalisierung heißt das Zauberwort der Stunde. Noch vor 25 Jahren galten die vier jungen Männer, die in einem alten Straßenbahndepot in Ludwigshafen eine Digitalagentur gegründet hatten, als Nerds oder Künstler. Das Internet lernte gerade laufen, eine professionelle Homepage hatten die allerwenigsten. Heute firmiert cyperfection als „Agentur für kreative Business-Lösungen“. Mit großem Erfolg.

Eine über die Jahre gewachsene Mixtur aus digitalen Spezialisten und Allroundern erarbeitet für ihre Kunden strategische und kreative Lösungen. Das technische Know-how soll dabei helfen, die immer komplexer werdende Welt „gut zu navigieren“, wie es Sven Korhummel ausdrückt. Der 51-jährige überzeugte Ludwigshafener ist neben Georgios Manolidis Geschäftsführer der Agentur, die ihren Sitz heute in einer alten Werfthalle im Zollhof-Areal hat.

Gerade mal fünf Jahre, nachdem ein britischer Wissenschaftler die erste Webseite online gestellt hatte, ging die Digitalagentur an den Start. „Wir haben voll daran geglaubt und waren überzeugt davon, dass das die Zukunft sein wird. Wir kamen fast alle frisch von der Uni, waren gerade mit dem Studium fertig“, erinnert sich Korhummel. Die Szene explodierte in den folgenden Jahren. „In dieser Welle sind wir groß geworden.“

Unter den Top 50 der größten inhabergeführten Agenturen

Als im März 2000 die Dotcom-Blase platzte und viele IT-Unternehmen die Segel streichen mussten, hat sich cyperfection „kurz geschüttelt“, bevor der eigentliche Aufstieg begann. Zwischenzeitlich arbeiten 45 Menschen in der Agentur. cyperfection liegt damit im Ranking der größten inhabergeführten Agenturen in Deutschland unter den Top 50. Regelmäßig heimsen die Macher für ihre Arbeit Preise ein und zählen zu den Top 75 der erfolgreichsten Digital-Agenturen in Deutschland (BVDW). Korhummel weiß, dass sich der Markt ständig wandelt, und sieht den Vorteil seiner Agentur darin, dass diese „konservativ gewachsen“ ist.

Von Beginn an hat die Agentur mit den großen Unternehmen der Region zusammengearbeitet: BASF, Roche,



↑ Jürgen Vogel, stellvertretender Geschäftsführer der IHK Pfalz, übergibt cyperfection-Geschäftsführer Sven Korhummel die Urkunde zum 25-jährigen Jubiläum.

Philips, SRH, Merck oder auch die Stadt Ludwigshafen, mit der die Agentur einen überarbeiteten Webauftritt und ein neues Logo realisierte. Aus der zwischenzeitlichen Internet-Agentur wurde ein Unternehmen, das sich auf die Entwicklung von Marken im digitalen Raum spezialisiert hat. Dazu gehören kreative Design- und Kommunikationslösungen.

Heterogene Struktur der Zielgruppe als besondere Herausforderung

Als Anbieter von Kommunikationslösungen im Bereich Healthcare und Pharma zählt cyperfection zu den Großen in der Branche. Gerade die heterogene Struktur der Zielgruppe – Patienten, Ärzte, Apotheker, Krankenkassen – ist die besondere Herausforderung, der sich die Agentur stellen muss. Hier entwickelt cyperfection digitale Konzepte. Erst kürzlich hat die Agentur für eine Patientenplattform im Bereich der Krebsdiagnostik das „K-

Wort“ entwickelt. „Eine große Herausforderung“, wie Korhummel zugibt. Das ganzheitliche Projekt, das für Roche Pharma entwickelt wurde, überzeugte die Jury des begehrten Healthcare-Awards auf ganzer Linie: Zum sechsten Mal gewannen die Ludwigshafener die Gold-Auszeichnung in der Kategorie „Integrierte Kampagne digital“.

Mit verzahnten Konzepten, die auch Social Media und Mobile-Themen berücksichtigen, liefert cyperfection die fundierte Basis für effektive Maßnahmen in digitalen Medien, ohne die analoge Welt aus dem Blick zu verlieren. Weit über 1.000 erfolgreiche Projekte konnten so bisher realisiert werden. Dabei ist es noch gar nicht so lange her, dass die Macher von cyperfection als Nerds oder Künstler galten. ■ (dl)

 www.cyperfection.de



▲ Marius Melzer (r.), Gründungsberater der IHK Pfalz, überreicht im Pirmasenser Dynamikum die Urkunden an Ronja Dietrich, Leah Becker, Stephanie Masser und Christoph Nauerz (v.l.n.r.). Sie sind die besten Pfälzer Teilnehmer des bundesweiten Wettbewerbs „Jugend gründet“.

Schüler der BBS Rodalben setzen sich bei „Jugend gründet“ durch

Es war eine typische Corona-Idee: Die Schüler waren genervt davon, sich ständig die Hände desinfizieren zu müssen, worunter die Haut litt. Grund genug für Leah Becker, Ronja Dietrich, Liam Hocke und Stephanie Masser, im Rahmen des bundesweiten Wettbewerbs „Jugend gründet“ eine Produktkombination aus Handcreme und Desinfektionsmittel namens „SpaSafe“ zu entwickeln, abgefüllt in einem Fläschchen mit zwei getrennten Kammern. Von der Idee bis zum fertigen Businessplan verging fast ein Schulhalbjahr, in dem das vierköpfige Team der Höheren Berufsfachschule Wirtschaft in Rodalben unter Anleitung von Oberstudienrat Christoph Nauerz jede Woche intensiv an seiner Idee gefeilt hat. Quasi nebenbei haben die jungen Leute dabei eine Menge über wirtschaftliche Zusammenhänge von der Zielgruppenanalyse über Kalkulation bis hin zu Werbung und Vertrieb gelernt. Marius Melzer, Gründungsberater bei der IHK Pfalz, hofft auch für die aktuelle Runde des Wettbewerbs für Schüler ab der 10. Klasse sowie Auszubildende auf eine große Beteiligung von Pfälzer Schulen: „Die Vermittlung von Wissen über wirtschaftliche Zusammenhänge kommt in Schulen oft zu kurz – dieser Wettbewerb vermittelt wichtige Kenntnisse auf spielerische Weise. Die Begeisterung, mit der das Team ‚SpaSafe‘ an seinem Produkt gearbeitet hat, ist einfach ansteckend.“ ■

Vorsprung durch Innovation

Beim diesjährigen Technologiewettbewerb SUCCESS überzeugten fünf kleine und mittlere rheinland-pfälzische Unternehmen mit selbst entwickelten neuen Produkten, Verfahren, technologieorientierten Dienstleistungen und anspruchsvollen IT-Vorhaben. Die mit 15.000 Euro höchste Prämie erhielt die GHL Advanced Technology GmbH & Co. KG aus Kaiserslautern für die Entwicklung des ION Director. Mit dieser Messtechnik können Wasserparameter in Aquarien online überwacht und die Dosiermengen nachjustiert werden. Aufwendige Tröpfchentests mit anschließender Laborauswertung werden damit abgelöst. „Innovationen, insbesondere in den Bereichen Digitalisierung und Künstliche Intelligenz, sind die entscheidenden Triebkräfte, um die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts zu meistern“, sagte Wirtschaftsministerin Daniela Schmitt bei der Preisverleihung. ■

Fotos: IHK

IHKs zeichnen zum 50. Mal Wirtschaftsjournalismus aus

Sechs Preisträger erhielten im Oktober den Ernst-Schneider-Journalistenpreis der deutschen Wirtschaft. Die Preise wurden vor mehr als 300 prominenten Gästen in Kooperation mit der IHK Düsseldorf an Journalisten aus den Redaktionen von Handelsblatt Online, ZDF, Süddeutsche Zeitung, Zeit Online, Bayerischer Rundfunk vergeben. Den Sonderpreis gewann Miriam Meckel für ihr Projekt ADA, eine Bildungsplattform, die Fortbildungsangebote mit einem journalistischen Online-Magazin kombiniert.

Anfang 2021 haben Journalisten und Redaktionen mehr als 600 Beiträge für den Wettbewerb eingereicht. Daraus bestimmten die Jurys in einem zweistufigen Auswahlverfahren die Preisträger. Die Jurys setzen sich aus Journalisten und Wirtschaftsvertretern zusammen. Die Preissumme betrug in diesem Jahr insgesamt 44.000 Euro. Der Preis wird von den deutschen Industrie- und Handelskammern gestiftet. ■

Beste Start-ups gefunden

Beim diesjährigen „1,2,3 GO“ Businessplan-Wettbewerb haben die Gründer mit ihren innovativen Ideen, Konzepten und Businessplänen die Fachjury überzeugt. Bei der Abschlussveranstaltung im Business + Innovation Center Kaiserslautern (bic) wurden die rheinland-pfälzischen und die saarländischen Sieger ausgezeichnet.

Der 1. Preis in Höhe von 4.000 Euro geht an die LUBIS EDA GmbH aus Kaiserslautern. Den 2. Preis in Höhe von 2.000 Euro erhielt die inventied UG aus Frankenthal. Der 3. Preis in Höhe von 1.500 Euro geht an Engineering Data Processor aus Kaiserslautern. Die LUBIS EDA GmbH wurde zudem mit dem ISB-Sonderpreis in Höhe von 2.000 Euro von der Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (ISB) ausgezeichnet. ■



Corona-Lockdown: kein Lohn!

Muss der Arbeitgeber seinen Betrieb aufgrund eines staatlich verfügten allgemeinen „Lockdowns“ zur Bekämpfung der Corona-Pandemie vorübergehend schließen, trägt er nicht das Risiko des Arbeitsausfalls und ist nicht verpflichtet, den Beschäftigten Vergütung unter dem Gesichtspunkt des Annahmeverzugs zu zahlen. Dies hat das Bundesarbeitsgericht (BAG) mit Urteil vom 13. Oktober 2021, Az.: 5 AZR 211/21, entschieden.



Die Beklagte betreibt einen Handel mit Nähmaschinen in Bremen. Dort ist die Klägerin als geringfügig Beschäftigte im Verkauf tätig. Im April 2020 war das Ladengeschäft

aufgrund einer Allgemeinverfügung der Stadt Bremen zur Eindämmung des Coronavirus geschlossen. Deshalb konnte die Klägerin nicht arbeiten und erhielt auch keine Vergütung. Mit ihrer

Klage forderte sie die Zahlung ihres Entgelts unter dem Gesichtspunkt des Annahmeverzugs. Sie argumentierte, die Schließung des Betriebs aufgrund behördlicher Anordnung sei ein Fall des von der Beklagten als Arbeitgeberin zu tragenden Betriebsrisikos. Die Beklagte verteidigte sich damit, die von der Stadt Bremen angeordneten Maßnahmen betreffen das allgemeine Lebensrisiko.

Das BAG urteilte, dass die Klägerin für den Monat keinen Anspruch auf Entgeltzahlung unter dem Gesichtspunkt des Annahmeverzugs habe. Der Arbeitgeber trage auch nicht das Risiko des Arbeitsausfalls, wenn zum Schutz vor SARS-CoV-2-Infektionen flächendeckend alle nicht für die Versorgung der Bevölkerung notwendigen Einrichtungen durch behördliche Anordnung geschlossen werden. In einem solchen Fall realisiere sich nicht ein in einem bestimmten Betrieb angelegtes Betriebsrisiko. Die Unmöglichkeit der Arbeitsleistung sei vielmehr Folge

eines hoheitlichen Eingriffs zur Bekämpfung einer die Gesellschaft insgesamt treffenden Gefahrenlage. Es sei Sache des Staates, gegebenenfalls für einen adäquaten Ausgleich der den Beschäftigten durch den hoheitlichen Eingriff entstehenden finanziellen Nachteile – wie es zum Teil mit dem erleichterten Zugang zum Kurzarbeitergeld erfolgt sei – zu sorgen. Soweit ein solcher – wie bei der Klägerin als geringfügig Beschäftigter – nicht gewährleistet sei, beruhe dies auf Lücken in dem sozialversicherungsrechtlichen Regelungssystem. Aus dem Fehlen nachgelagerter Ansprüche lasse sich jedoch keine arbeitsrechtliche Zahlungspflicht des Arbeitgebers herleiten. ■



Praxishinweis

Das BAG sorgt für Klarheit in einer bisher rechtlich umstrittenen Frage. Es hat festgestellt, dass die pandemiebedingte Betriebsschließung nicht dem Betriebsrisiko des Arbeitgebers unterliegt. Bei einer flächendeckenden Schließung in der Pandemie wie im vorliegenden Fall ist der einzelne Betrieb nicht wegen seiner „Eigenart“ betroffen. Die Schließung ist die Reaktion auf das allgemeine Risiko einer Pandemie, die vom Arbeitgeber nicht abstrakt beherrschbar ist. Kommt es hingegen zu einer punktuellen Schließung einzelner Betriebe wegen dort auftretender hoher Infektionszahlen bzw. Verdachtsmomente, ist danach zu differenzieren, ob der Arbeitgeber für die Schließung des Betriebes mitverantwortlich ist.

Resultiert die Betriebsschließung nämlich aus dem Unterlassen der notwendigen Maßnahmen zum Arbeitsschutz, und ist der Arbeitgeber wegen der Verletzung arbeitsvertraglicher Nebenpflichten allein oder weit überwiegend verantwortlich, bleibt er zur Zahlung des Entgelts nach § 326 Abs.2 S.1 BGB verpflichtet. Kommt es zu einer vom Arbeitgeber nicht zu vertretenden Betriebsschließung, die auf einem in dem konkreten Betrieb wurzelnden Infektionsschutzrisiko beruht, verwirklicht sich in der „Eigenart“ des Betriebes liegendes Risiko, und der Vergütungsanspruch bleibt nach § 615 S.3 BGB aufrechterhalten.

KONTAKT

Heiko Lenz

0621 5904-2020
heiko.lenz
@pfalz.ihk24.de

Charterflüge nach China ab November 2021

Seit November bietet die deutsche Auslandshandelskammer (AHK) China ein bis zwei Mal pro Monat Charterflüge von Frankfurt nach Qingdao an. Nachdem bei den Regierungskonsultationen zwischen China und Deutschland ein Konsens erzielt wurde, haben die AHK China und die Deutsche Botschaft mit dem chinesischen

Außenministerium ein Verfahren zur Wiederaufnahme eines Fast Track für die Beantragung von PU-Briefen/Visa und Charterflügen ausgehandelt. Dieses Verfahren ist für Arbeitnehmer, Ehepartner, Familienangehörige und Kurzzeitexperten mit dringendem Reisebedarf geöffnet. Charterflug-Reisende werden durch die Test-Prozesse geleitet und in ausgewählten Quarantäne-

Hotels betreut. Von Juli bis September hatte die AHK China bereits sechs Charterflüge nach Qingdao erfolgreich durchgeführt. ■

Weitere Informationen:

 www.pfalz.ihk24.de,
Nummer: 1286412



KONTAKT

Anne-Christin Werkshage

0621 5904-1920
anne-christin.werkshage
@pfalz.ihk24.de

IHK-Zahlenspiegel 2020/21 online

Der IHK-Zahlenspiegel bietet eine Übersicht wirtschaftsstatistischer Daten der Pfalz und ihrer Verwaltungseinheiten. Wer mehr über die regionale Wirtschaft erfahren will, findet darin grundlegende Daten aus der amtlichen Statistik und weiteren Quellen. ■

Der Zahlenspiegel erscheint nur in elektronischer Form unter:

 www.pfalz.ihk24.de,
Nummer 415

UNSER WEITERBILDUNGS-ANGEBOT

- **Seminare und Kurzlehrgänge**
- Prüfungsvorbereitung für **Industriemeister, Fachwirte, Fachkaufleute** und (Technische) **Betriebswirte** – entspricht Bachelor- und Master-Niveau
- **alle Themen des betrieblichen Alltags** von A wie Arbeitsorganisation bis Z wie Zeitmanagement
- **aktuelle Angebote** unter www.pfalz.ihk24.de/Weiterbildung

Ihre Weiterbildungs-Ansprechpartner an den vier IHK-Standorten sind:

Ludwigshafen + Kaiserslautern: Michael Csenda,
Tel. 0621 5904-1830, michael.csenda@pfalz.ihk24.de

Landau: Reiner Schemel, Tel. 06341 971-2551, reiner.schemel@pfalz.ihk24.de

Pirmasens: Martin Bruhn, Tel. 06331 523-2651, martin.bruhn@pfalz.ihk24.de

AUFSTIEGSBONUS I 2.000 EURO

www.pfalz.ihk24.de,
Nummer 3973000.



Weitere Informationen unter www.pfalz.ihk24.de

Weiterbildungsberatung: www.pfalz.ihk24.de/weiterbildungsberatung

Aufstiegsbonus: www.pfalz.ihk24.de/aufstiegsbonus

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



Kaufrecht: Neue Pflichten für Händler

Die Neuregelungen, die sich auf ab Januar abgeschlossene Kaufverträge beziehen, betreffen insbesondere die Gewährleistungsfrist, Verschärfung der Beweislast und eine Aktualisierungspflicht.

Nachfolgend geben wir einen Überblick über die wichtigsten Änderungen im Kaufrecht.

Aktualisierungspflicht von Kaufsachen mit digitalen Elementen

Sowohl für Sachen mit digitalen Elementen als auch für digitale Produkte gilt ein erweiterter Sachmangelbegriff: Den Verkäufer trifft zusätzlich eine Aktualisierungspflicht. Hiervon erfasst werden z.B. Verkäufe von Tablets, E-Bikes, Autos, intelligenten Armbanduhren, Navigationssystemen, Saugrobotern, Waschmaschinen und sonstigen Produkten mit digitalen Komponenten.

Der Verkäufer schuldet alle Aktualisierungen, die für den Erhalt der Vertragsmäßigkeit der Sache erforderlich sind. Verbraucher müssen auch über anstehende Aktualisierungen informiert werden. Jenseits von funktionserhaltenden Aktualisierungen ist der Unternehmer aber nicht

verpflichtet, verbesserte Versionen der digitalen Elemente zur Verfügung zu stellen.

Die konkrete Dauer der Aktualisierungspflicht ist unbestimmt.

Anhaltspunkte für die Festlegung des Zeitraums können Werbeaussagen, die zur Herstellung der Kaufsache verwendeten Materialien, der Preis und Erkenntnisse über die übliche Nutzungs- und Verwendungsdauer sein.

Verlängerung der Beweislastumkehr

Verkäufer müssen beim Verbrauchsgüterkauf (B2C-Kauf) künftig nicht – wie bisher – nur in den ersten sechs Monaten, sondern zwölf Monate nach Übergabe der Kaufsache beweisen, dass die Kaufsache mangelfrei war. Die gesetzliche Vermutung kann zwar widerlegt werden, etwa wenn der Verkäufer nachweisen kann, dass der Mangel durch unsachgemäße Behandlung oder durch Verschleiß entstanden ist. Die Verdoppelung

der Vermutungsfrist auf ein Jahr wird den Handel deshalb aller Voraussicht nach mit mehr Streitfällen und höheren Kosten belasten.

Vorsicht bei negativer Beschaffenheitsvereinbarung

Neu ist, dass im Falle eines B2C-Kaufs die Parteien nur noch unter engen Voraussetzungen durch eine Beschaffenheitsvereinbarung von der objektiven, d.h. üblichen Beschaffenheit abweichen können. Voraussetzung hierfür ist, dass der Unternehmer den Verbraucher vor der Abgabe seiner Vertragserklärung davon in Kenntnis gesetzt hat, dass ein bestimmtes Merkmal der Ware von der objektiven Beschaffenheit abweicht und die Abweichung im Vertrag ausdrücklich und gesondert vereinbart wurde. Eine allgemeine Regelung in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) reicht hier grundsätzlich nicht aus. Dies hat zur Folge, dass eine Ware künftig mangelhaft ist, wenn sie objektiv von der üblichen

Beschaffenheit von Waren gleicher Art abweicht, obwohl sie subjektiv der vereinbarten Beschaffenheit entspricht.

Neue Regeln bei der Gewährleistungsfrist

Die Verjährungsfrist für Mängelansprüche beim Warenkauf beträgt nach wie vor zwei Jahre ab Ablieferung der Sache. Neu sind aber zwei sogenannte Ablaufhemmungen: Bei einem Mangel, der sich innerhalb der regulären Gewährleistungsfrist gezeigt hat, tritt die Verjährung erst vier Monate nach dem Zeitpunkt ein, in dem sich der Mangel erstmals gezeigt hat. Wenn sich also bei einem gekauften PC erst im 23. Monat der Mangel zeigt, kann der Käufer seine Ansprüche beispielsweise noch bis zum 27. Monat nach Lieferung geltend machen.

Kaum nachprüfbar, wann sich Mangel gezeigt hat

Darüber hinaus sieht das Gesetz eine Ablaufhemmung vor, wenn der Unternehmer



während der Verjährungsfrist einem geltend gemachten Mangel durch Nacherfüllung abhilft. In diesem Fall tritt die Verjährung von Ansprüchen wegen des geltend gemachten Mangels erst nach Ablauf von zwei Monaten nach dem Zeitpunkt ein, in dem die nachgebesserte oder ersetzte Ware dem Verbraucher übergeben

wurde. Mit dieser Regelung soll sichergestellt werden, dass der Käufer nach Rückerhalt der Sache prüfen kann, ob durch die Nacherfüllung dem geltend gemachten Mangel abgeholfen wurde. Sicherergestellt wird zudem, dass die Verjährung nicht abläuft, während sich die Kaufsache zur Nacherfüllung beim Verkäufer befindet.

Käufer muss keine Frist zur Nachbesserung setzen

Der Käufer hat nach wie vor zunächst nur einen Anspruch auf Nacherfüllung. Er kann hiernach Reparatur der mangelhaften Sache oder Lieferung einer neuen, mangelfreien Sache verlangen. Rücktritt, Minderung und Schadensersatz sind dagegen nur möglich, wenn der Käufer dem Verkäufer eine Frist zur Nacherfüllung gesetzt hat und diese ergebnislos verstrichen ist. Während es im unternehmerischen

Geschäftsverkehr bei dieser Regel bleibt, entfällt das Erfordernis der Fristsetzung bei Verbrauchergeschäften. Ausreichend ist hier der bloße Ablauf einer angemessenen Frist.

Hat der Unternehmer in diesem Sinne nicht rechtzeitig nacherfüllt, ist der Verbraucher zum Rücktritt berechtigt. Lässt sich z. B. ein Kfz-Händler mit der Bearbeitung eines Sachmangels zu lange Zeit, läuft er Gefahr, dass er den Kaufpreis Zug um Zug gegen Rückgabe des gebrauchten Pkw zurückzahlen muss.

Handlungsbedarf

Händler sind gefordert, die zahlreichen neuen gesetzlichen Regelungen in der Praxis umzusetzen. Auch bei der Garantie, dem Verkauf von gebrauchten Waren, Unternehmerrückgriff sowie in verschiedener anderer Hinsicht

sind die neuen gesetzlichen Vorgaben zu beachten. Allgemeine Geschäftsbedingungen sollten deshalb überprüft, das Verkaufspersonal geschult und das Beschwerdemanagement aktualisiert werden.

Im Bereich der digitalen Produkte beziehungsweise Waren mit digitalen Elementen müssen mit Blick auf die Aktualisierungspflicht der Umfang der Informations- und Lieferpflichten und deren Aufteilung zwischen Händler und Hersteller geregelt und ggf. auch operative Abläufe angepasst werden. ■

KONTAKT

Heiko Lenz

0621 5904-2020
heiko.lenz
@pfalz.ihk24.de

JETZT ANMELDEN

Agile Unternehmen sind erfolgreicher

Agilität und damit New Work sind nicht mehr nur Bestandteil in der Softwareentwicklung, sondern ziehen auch in anderen Abteilungen, wie dem Marketing und der Personalabteilung, ein. Auch im Bereich von Finance & Controlling macht

agiles Arbeiten hochgradig Sinn. Denn durch die Schnelllebigkeit und den rasanten Wandel spüren viele Unternehmen einen Veränderungsdruck. Gleichzeitig zeigt die Erfahrung, dass eine digitale Transformation viel zu oft von Seiten der Technologie

gedacht wird. Doch der wahre Schlüssel für eine erfolgreiche digitale Transformation sind die Menschen in einer Organisation, und hier ist Agilität der Startschuss von allem.

Mit der Unternehmensberatung Matchplan aus Landau bietet die IHK Pfalz am 7. und 16. Dezember individuelle Einzelgespräche zu dem Thema an. Dabei gilt es, gemeinsam herauszufinden, welche Möglichkeiten es für interessierte Unternehmen gibt, um Agilität einzuführen. Darüber hinaus zeigen die Experten, wie mit der Einführung der

Agilität der Startschuss für eine menschenzentrierte digitale Transformation gelingt. Die Einzelgespräche sind kostenfrei. ■

Anmeldung unter:

 www.pfalz.ihk24.de,
Nummer 372537

KONTAKT

Kathrin Bernatz

0621 5904-1531
kathrin.bernatz
@pfalz.ihk24.de





Heimat shoppen 2021 mit besonders vielen Angeboten

Beim Aktionswochenende „Heimat shoppen“ am 10. und 11. September zeigten die Unternehmen in den Innenstädten gebündelt ihre vielfältigen Angebote. In der Pfalz nahmen dieses Jahr 27 Kommunen mit mehr als 800 Unternehmen an der bundesweiten Initiative „Heimat shoppen“ teil – doppelt so viele wie im Jahr zuvor.

Die Vorderpfalz war mit mehr als 220 Unternehmen aus acht Städten in diesem Jahr wieder besonders stark vertreten. Die Südpfalz war mit 160 Unternehmen aus acht Städten und Gemeinden dabei. In der Südwestpfalz waren erstmals auch Dahn und Wald Fischbach-Burgalben vertreten. Erstmals bei der Initiative vertreten war auch die Westpfalz und das gleich mit sechs Standorten und mehr als 260 Unternehmen. ■

Impressionen unter:

Instagram:
[@heimatshoppen_pfalz](https://www.instagram.com/heimatshoppen_pfalz)

Zum 80. Geburtstag von Axel Wiesenhütter

Die IHK Pfalz gratuliert ihrem ehemaligen Präsidenten Dr. Axel Wiesenhütter zum 80. Geburtstag. Der am 3. November 1941 geborene Wiesenhütter stand von 1988 bis 2004 an der Spitze der IHK Pfalz. Wiedervereinigung, Vollen- dung des EU-Binnenmarktes,

Einführung des Euro und die EU-Osterweiterung waren die großen überregionalen Themen seiner Amtszeit. Seit 1978 war Wiesenhütter Mitglied der IHK-Vollver- sammlung, deren Ehrenmit- glied er bis heute ist. Seit den 70er-Jahren leitete Wiesen- hütter als geschäftsführen-

der Gesellschafter die Geschicke der Schuster & Sohn Handels- gesellschaft mbH, Kaiserslautern. Das Unternehmen handelt mit Mine- ralöl, Chemikalien, Farben, Tapeten und Bodenbelägen. ■



Foto: Firmenfoto Grafik: stock.adobe.com - elenabasi

Autoren

- ab = Andreas Becker
- mek = Corina Busalt
- uc = Ulla Cramer
- FuH = Sabine Fuchs-Hilbrich
- kahy = Katja Hein
- kh= Kira Hinderfeld
- rad = Anette Konrad
- dl = Dirk Leibfried
- kes = Alexander Kessler
- mara = Marion Raschka

Weitere Infos unter www.pfalz.ihk24.de, Nummer 26517

Verbraucherpreisindex für Deutschland



Jahr / Monat				Veränderungen in %	
2020	2021			Oktober 2021	Oktober 2021
Oktober	August	September	Oktober	September 2021	Oktober 2020
105,9	110,1	110,1	110,7	+0,5	+4,5

Quelle: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden

Neue **Abgabebeschränkungen** für **Biozide** im Handel

Ratten- oder Ameisen- gifte, Holzschutzmittel und ähnliche Produkte dürfen ab 2025 beispielsweise in Apotheken, Drogerien und Baumärkten nicht mehr frei an die Kunden verkauft werden. Das sieht die neue Biozidrechts-Durchführungsverordnung (ChemBiozidDV) vor. Sie enthält aber auch Neuregelungen, die bereits heute oder ab 2022 greifen.

Sofort in Kraft getreten ist ein allgemeines Abgabeverbot für bestimmte Biozid-

produkte: In den Fällen, bei denen die Verwendung nur für bestimmte Nutzer – etwa spezielle Berufsgruppen oder Fachkundige – zugelassen ist, dürfen die Produkte nur noch an diesen Personenkreis abgegeben werden. Wiederverkäufer sind davon ausgenommen.

Zum 1. Januar 2022 löst die ChemBiozidDV zudem die Biozid-Melde- und die Biozid-Zulassungsverordnung ab: Der neue Abschnitt 2 regelt dann das Erfordernis von und

die Erteilung von Registrierungsnummern für Biozide.

Ab 2025 gilt für viele Biozidprodukte im Einzel- und Onlinehandel ein Selbstbedienungsverbot. Abgegeben werden dürfen diese Artikel dann nur noch von sachkundigem Personal nach einem Abgabegespräch. Hiervon ausgenommen sind Biozidprodukte, die im vereinfachten Zulassungsverfahren zugelassen wurden – etwa, weil sie natürliche Wirkstoffe enthalten. ■



Aufkleber an die Tür! **Tierische Helfer** müssen **nicht mehr draußen** bleiben

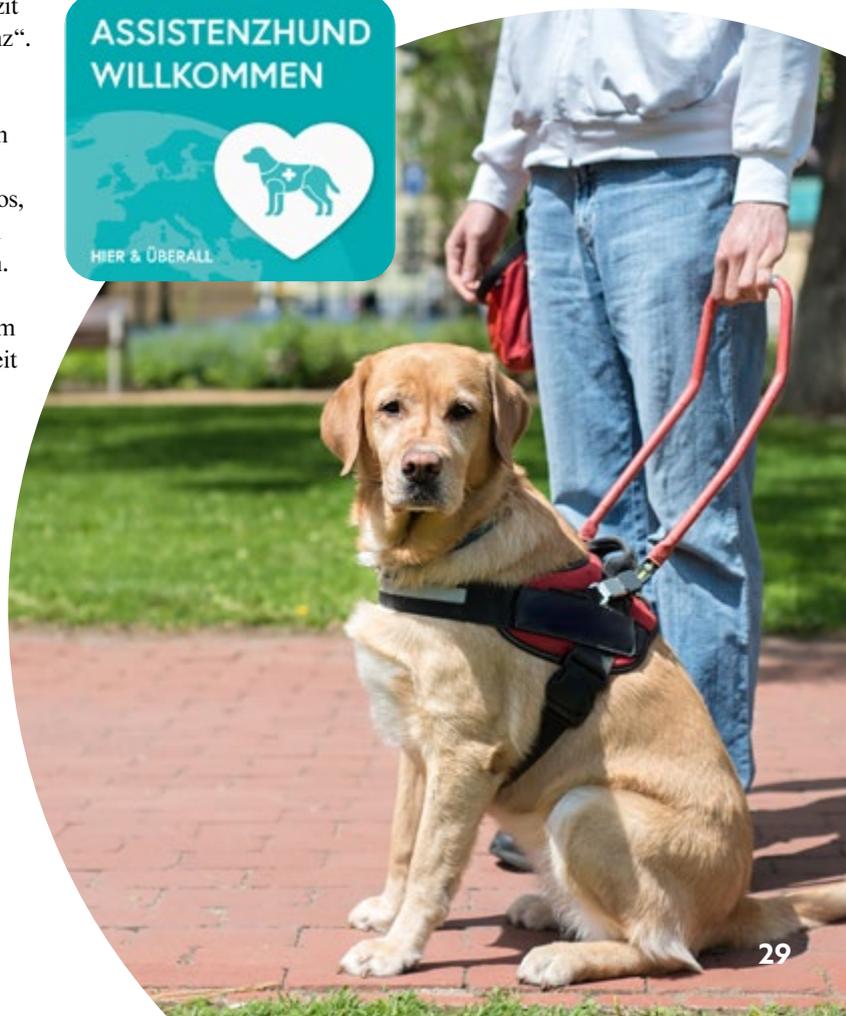
Da Assistenzhundehaltern der Zutritt zu öffentlichen Orten und Transportmitteln oftmals immer noch verweigert wird, hatte die gemeinnützige Organisation Pfotenpiloten im vergangenen Jahr die Zutrittskampagne „Assistenzhund willkommen“ gestartet (wir berichteten in Ausgabe 05/06 2020). Mit Erfolg: In Artikel 9, §12e des Behindertengleichstellungsgesetzes (BGG) vom Juli 2021 ist nun erstmalig auch das Zutrittsrecht von Assistenzhunden in konkreter Form gesetzlich verbrieft. Die tierischen Helfer erhalten nun klar auch dort Zutritt, wo Hunde normalerweise draußen bleiben müssen.

Vor über zehn Jahren hat die Bundesrepublik Deutschland die UN-Behindertenrechtskonvention unterzeichnet, die Menschen mit Behinderungen volle Teilhabe am täglichen Le-

ben sichern – und zwar explizit auch mit „tierischer Assistenz“. Dennoch verweigerten viele Orte den Tieren den Zutritt. Mit öffentlichkeitswirksamen Aktionen setzte sich Pfotenpiloten mit Aufklärungsvideos, Broschüren oder Aufklebern für Assistenzhundeteams ein. Die bis September 2021 angelegte Kampagne wurde vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales gefördert.

Wichtig ist es dem Verein nun, dass sich möglichst viele Gewerbetreibende aktiv an der Zutrittskampagne beteiligen und z.B. mit dem „Assistenzhund willkommen“-Aufkleber an der Eingangstür (in Ergänzung zum Hundeverbotsschild) das Zutrittsrecht für alle sichtbar machen. ■

 www.pfotenpiloten.org



Viele kleine Feiern und ein ganz Großer



⤴ Tom Ankirchner (IHK Pfalz) freut sich mit den Absolventen der Weiterbildung.

Die IHK Pfalz hat auch in diesem Jahr wieder über 200 Meister, Fachwirte/-kaufleute, Technische Betriebswirte und Betriebswirte ausgezeichnet, die erfolgreich ihre Weiterbildung abgeschlossen haben. Zudem ehrte sie „Unsere Besten 2021“ – das sind 126 junge Menschen, die als Jahrgangsbeste die Abschlussprüfung in ihrem Ausbildungsberuf bestanden haben. Die Feiern und Ehrungen fanden Corona-bedingt teilweise dezentral und teilweise per Video statt.



⤴ Er ist einfach der Größte: Lars-Philipp ten Bosch (M.) hat nicht nur seinen Industriemeister in gleich drei Fachrichtungen gemacht, er wurde auch mit dem Landesbestenpreis ausgezeichnet. Die rheinland-pfälzische Wirtschaftsministerin Daniela Schmitt und Dr. Tibor Müller (l.), Geschäftsführer der IHK Pfalz, gratulierten herzlich.

Mit sieben kleinen Feiern hat die IHK Pfalz ihre diesjährigen Weiterbildungs-Absolventen verabschiedet. Diese nahmen ihre Meisterbriefe und Urkunden in Ludwigshafen, Landau und Pirmasens entgegen. Die jeweiligen Lehrgangsbesten erhielten zudem einen Pokal.

Per Video übermittelten IHK-Vizepräsidentin Martina Nighswonger und Wirtschaftsministerin Daniela Schmitt ihre Glückwünsche. Eine Besonderheit war diesmal, dass drei Teilnehmer nicht nur eine, sondern gleich drei Meisterurkunden überreicht bekamen: Phillip Huppner, Stephan Kühnle und Lars-Philipp ten Bosch haben ihren Industriemeister in den drei Fachrichtungen Elektro, Metall und Mechatronik gemacht. „So etwas hatten wir noch nicht, das ist wirklich beeindruckend“, sagte

Michael Csenda, Leiter des Weiterbildungszentrums in Ludwigshafen.

Landesbestenpreis für Lars-Philipp ten Bosch

Ten Bosch wurde darüber hinaus von der rheinland-pfälzischen Wirtschaftsministerin Daniela Schmitt mit dem Landesbestenpreis ausgezeichnet.

Das Ministerium und die Kammern (IHK, HWK, LWK) wollen mit dem Preis ihre Wertschätzung für die Spitzenleistung der Landesbesten zum Ausdruck bringen und gleichsam die besondere Bedeutung der beruflichen Bildung hervorheben. Schmitt hat insgesamt 67 Meister, Fachwirte sowie weitere Fortbildungsabsolventen ausgezeichnet.

Glückwunschvideo für „Unsere Besten“

Ende Oktober konnten die Jahrgangsbesten der Ausbildung ihr Glückwunschvideo gemütlich auf der heimischen Couch ansehen. Insgesamt haben rund 4.750 junge Leute im Winter 2020/21 und im Sommer 2021 ihre

Abschlussprüfung vor der IHK Pfalz abgelegt. 23 von ihnen haben als die Besten des Landes Rheinland-Pfalz abgeschlossen, einer sogar als bundesbester Azubi in seinem Ausbildungsberuf.

In dem Video gratulierte Jutta Metzler, Vizepräsidentin der IHK Pfalz, den Azubis. Auch die Vorsitzenden des Berufsbildungsausschusses der IHK Pfalz betonten den Wert der Dualen Berufsausbildung. Neben den ehemaligen Azubis wurden auch ihre insgesamt 89 Ausbildungsbetriebe ausgezeichnet. ■

Das Glückwunschvideo finden Sie unter www.pfalz.ihk24.de/bestenfeier und auf dem YouTube-Kanal der IHK Pfalz.

Das Video von Martina Nighswonger finden Sie auf dem YouTube-Kanal der IHK Pfalz.



Video
auf ihkpfalz-interaktiv.de

IHK-Sprechtage: Banner auf Website der VR-Bank

Das Dienstleistungszentrum, das für die kreisfreien Städte Pirmasens und Zweibrücken sowie den Landkreis Südwestpfalz zuständig ist, bietet für Gründer und Unternehmer praxisnahe Sprechtag für

verschiedene unternehmerische Herausforderungen an. Im Zuge der Kooperation mit der VR-Bank Südwestpfalz eG Pirmasens-Zweibrücken hat diese die IHK-Sprechtag nun auf ihrer Homepage beworben.

Themen wie Online-Marketing, Datenschutz oder Nachfolge werden in einstündigen, individuellen und kostenfreien Gesprächen mit Experten aus der Region näher beleuchtet und Ideen für ihre Umsetzung im Alltag eruiert. Die Sprechtag finden entweder im Dienstleistungszentrum Pirmasens oder in der VR-Bank in Zweibrücken statt. Auch exklusive Angebote wie etwa Tipps vom Steuerberater werden für Gründer im Rahmen von Kooperationen, beispielsweise

se der Steuerberaterkammer, angeboten. ■

Anmeldung unter:

 www.pfalz.ihk24.de,
Nummer 4612564

KONTAKT

Florian Bilic

06331 523-2616
florian.bilic
[@pfalz.ihk24.de](mailto:florian.bilic@pfalz.ihk24.de)



IHK-Interaktiv auf Facebook

Die digitale Kommunikationsplattform IHK Interaktiv hat nun ihren Markkanal auf Facebook. Damit können die magazinartig aufgemachten Artikel und News an eine größere Zielgruppe ausgespielt werden. Immerhin folgen dem Facebook-Kanal schon knapp 2.500 Personen. Ganz neu ist der Kanal nämlich nicht. Er diente zuvor dem Geschäftsbereich Ausbildung – doch die jungen Menschen informieren sich nicht mehr über Facebook. Trotz der Umwidmung des

Kanals wird das für die IHK zentrale Thema Ausbildung sowohl auf Facebook als auch auf IHK Interaktiv weiterhin bedeutend sein. Derzeit läuft eine Kampagne zum Thema auf beiden Kanälen. Daher gerne reinschauen und folgen! ■



Kommt der digitale Euro?

Bernd Kaltenhäuser, Präsident der Hauptverwaltung der Deutschen Bundesbank in Rheinland-Pfalz und dem Saarland, informierte die Teilnehmer des IHK-Bankenforums in seinem Vortrag „Die (R)evolution des Geldes?“ über die in diesem Sommer gestartete zweijährige Untersuchungsphase der EZB über mögliche Szenarien zur Einführung eines digitalen Euro. Im Fokus standen dabei potenzielle Funktionen eines digitalen

Zentralbankgeldes sowie die mit der Einführung verbundenen Folgen für Banken und Sparkassen, Zentralbanken, Unternehmen und Bürger. ■

- ▼ Ruth Scherer, Konjunkturreferentin der IHK Pfalz, Thomas Traue, Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Vorderpfalz und Vorsitzender des IHK-Bankenforums, Kai Landes, Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Kaiserslautern und designierter Nachfolger, Jürgen Vogel, stellvertretender Hauptgeschäftsführer der IHK Pfalz (v.l.n.r.).



Erholung in Sicht

Die Corona-Pandemie hält die Welt weiter in Atem. Dennoch nimmt bei vielen Unternehmen in der Pfalz die Zuversicht weiter zu: Sie konnten in den vergangenen Monaten mehrheitlich von einer wirtschaftlichen Belebung profitieren.

Stimmung und Lage in der Wirtschaft zeigen sich derzeit robust, auch wenn sich die erwartete kräftige Erholung nach der Pandemie wohl bis weit ins nächste Jahr verschieben wird. Diese Einschätzungen spiegeln sich in der Entwicklung des Klimaindexes

wider, der nach einer leichten Erholung in den vergangenen Monaten nun weiter aufwärtsgerichtet verläuft. Mit einem Wert von 114 Punkten überschreitet er inzwischen wieder deutlich die magische Grenze von 100 Punkten. Demnach stuft mehr als die Hälfte der Unternehmen das

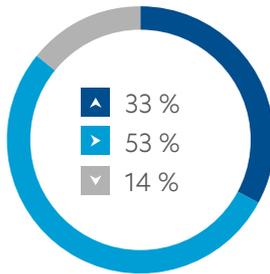
aktuelle Geschäftsklima als befriedigend ein und ein Drittel spricht von einer guten Lage. Gleichzeitig hellen sich die geschäftlichen Aussichten weiter auf: Inzwischen hofft knapp ein Viertel der Betriebe insgesamt – gegenüber 20 Prozent im Frühsommer – auf eine wirtschaftliche Belebung,

und nur noch 15 Prozent – 22 Prozent im Frühsommer – befürchten eine konjunkturelle Abkühlung. Allerdings bremsen vor allem sowohl Probleme bei der Beschaffung als auch starke Preissteigerungen bei Rohstoffen und Vorprodukten die Konjunkturerholung massiv aus. ■

Geschäftslage

Industrie

- ▲ 34 %
- ▶ 52 %
- ▼ 14 %



Handel

- ▲ 35 %
- ▶ 53 %
- ▼ 12 %

Dienstleistungen

- ▲ 30 %
- ▶ 57 %
- ▼ 13 %

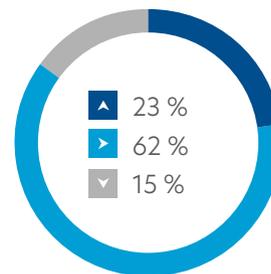
Gastgewerbe

- ▲ 44 %
- ▶ 36 %
- ▼ 20 %

Geschäftserwartungen

Industrie

- ▲ 24 %
- ▶ 64 %
- ▼ 12 %



Handel

- ▲ 14 %
- ▶ 64 %
- ▼ 22 %

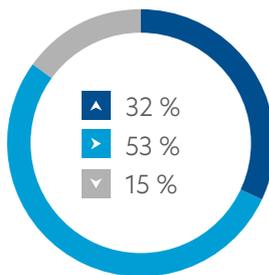
Dienstleistungen

- ▲ 27 %
- ▶ 59 %
- ▼ 14 %

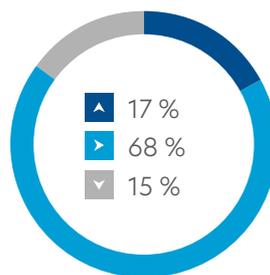
Gastgewerbe

- ▲ 26 %
- ▶ 51 %
- ▼ 23 %

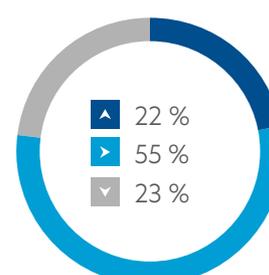
Investitionen Inland



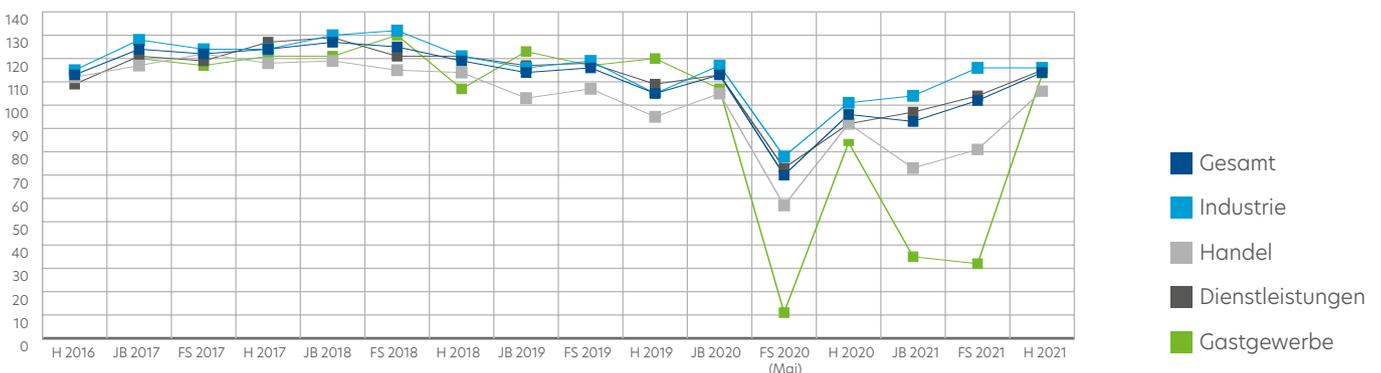
Beschäftigung



Export (nur Industrie)



Konjunkturklimaindex





Fachkräftekampagne für das Gastgewerbe

Der Fachkräftemangel ist momentan die größte Herausforderung der Hotel- und Gaststättenbranche. Daher haben die IHKs in Rheinland-Pfalz mit Unterstützung vieler Partner eine Initiative zur Fachkräftesicherung im Gastgewerbe gestartet – „working family“.

„Vertrauensvoll, persönlich und wertschätzend: Diese Kernbotschaften wollen wir in der neuen Arbeitgebermarke ‚Working Family‘ einsetzen und die Charakteristik der einzelnen Betriebe gemeinsam nach außen kommunizieren“, erläutert Projektleiterin Anne Morbach von der IHK Trier. Ziel des Netzwerks ist es, die Attraktivität von Berufen im Hotel- und Gastgewerbe zu steigern und die Betriebe dabei zu unterstützen, Mitarbeiter zu gewinnen und zu halten.

Dazu wird eine digitale Plattform geschaffen, die in einem

internen Bereich hilfreiche Tools für eine professionelle Arbeitgeberpräsentation, Checklisten und Tipps zu Themen wie Azubi-Marketing oder dem Führen von Mitarbeitergesprächen enthält. Nach außen hin soll die Homepage Informationen zur Arbeit im Gastgewerbe geben, Lust auf die Branche machen und somit einen Beitrag für ein positives Image leisten. Verknüpft mit einer Stellenbörse der teilnehmenden Betriebe lassen sich gemeinsame Stellenanzeigen schalten und über Social Media zielgruppenorientiert veröffentlichen. ■

 www.pfalz.ihk24.de,
Nummer 5263954

Erneute Bestellung von Sachverständigen

Am 18. September und am 6. Oktober wurden insgesamt drei Sachverständige für weitere fünf Jahre bestellt: Zunächst Dipl.-Ing. (FH) Thorsten Lenz, Luitpoldstr. 206, 67063 Ludwigshafen, der als Sachverständiger für „Kaskoschäden an Binnenschiffen, Dispatcheur“ am 18.09.2006 erstmals vereidigt worden war.

Am zweiten Termin dann Dipl.-Ing. (FH) Horst Schmid, Wasseräcker 7, 67705 Trippstadt, Sachverständiger für „Schäden an Gebäuden“, sowie Dipl.-Ing. (FH) Klaus-Dieter Weber, Karl-Helferich-Str. 16, 67433 Neustadt/Weinstr., Sachverständiger für „Kraftfahrzeugschäden und -bewertung. Beide waren am 06.10.2006 erstmals vereidigt worden. ■

Nachruf

Wir nehmen Abschied von Herrn

Franz Wittmann

Der Verstorbene war seit 1992 ununterbrochen Mitglied der IHK-Vollversammlung. Hier hat er sich mit Nachdruck für die Belange der Pfälzer Wirtschaft eingesetzt. Der Inhaber der FWT Franz Wittmann Transport-Spedition GmbH & Co. KG in Neuhofen engagierte sich zudem seit 1987 mit Herzblut im Verkehrsausschuss der IHK Pfalz. Auch für dieses ehrenamtliche Engagement erhielt er im Jahr 2009 das Bundesverdienstkreuz am Bande.

Wir werden sein Andenken in Ehren halten. Unser Mitgefühl gilt seiner Familie.

Industrie- und Handelskammer für die Pfalz

Impressum

Herausgeber:

Industrie- und Handelskammer für die Pfalz,
Ludwigsplatz 2-4,
67059 Ludwigshafen

Tel. 0621 5904-0,
Fax 5904-1204,
service@pfalz.ihk24.de,
www.pfalz.ihk24.de

Redaktion:

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

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

Umsetzung:

MENTHAMEDIA AG,
Ajtoschstraße 6,
90459 Nürnberg

menthamedia agentur GmbH,
Bahnhofstraße 39a, 34549 Edertal
www.menthamedia-agentur.de

Druck:

Bonifatius GmbH,
Druck – Buch – Verlag,
Karl-Schurz-Str. 26,
33100 Paderborn,
Tel. 05251 153-301,
mail@bonifatius.de,
www.bonifatius.de

Titelbild:

stock.adobe.com – DC Studio
Alle nicht speziell ausgewiesenen
Fotos & Grafiken: Adobe Stock

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im „Wirtschaftsmagazin Pfalz“ das generische Maskulinum verwendet. Die IHK Pfalz versteht dies als neutrale grammatikalische Ausdrucksweise, die ausdrücklich alle Geschlechter umfasst. Die verkürzte Sprachform beinhaltet keine Wertung.

Das „Wirtschaftsmagazin Pfalz“ erscheint alle zwei Monate, jeweils in der ersten Woche der geraden Monate. Es ist das offizielle Organ der Industrie- und Handelskammer für die Pfalz. Die Mitglieder beziehen die IHK-Zeitschrift im Rahmen der grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied der IHK. Die mit Namen oder Kürzel gekennzeichneten Beiträge stellen nicht unbedingt die Meinung der IHK dar. Für unverlangt eingesendete Manuskripte keine Gewähr. Nachdruck und Zweitverwertung nur mit Quellenangabe und Genehmigung der Redaktion. Rechtsvorschriften der IHK Pfalz werden gemäß §11 der Satzung der IHK Pfalz im „Wirtschaftsmagazin Pfalz“ veröffentlicht. Davon abweichend können die Rechtsvorschriften stattdessen aufgrund eines Beschlusses der IHK-Vollversammlung im Bundesanzeiger veröffentlicht werden. Zusätzlich können die Rechtsvorschriften im Internet unter www.pfalz.ihk24.de veröffentlicht werden.



« Mathilda und Antonia haben für die Ausstellung ein Hochbeet mit Kräutern bepflanzt. Das Hochbeet steht als Vorbote der Schau schon jetzt auf dem Verkehrskreisel vor dem Museumsgebäude.

Im Reich von Maulwurf und Regenwurm



Nur wenige Zentimeter unter unseren Füßen befindet sich ein verborgenes Reich, eine faszinierende Welt. Doch was geschieht in der Erde? Die neue Familien-Ausstellung „Expedition Erde“ lädt noch bis Juni 2022 im Historischen

Museum der Pfalz in Speyer zum Forschen ein. Unzählige Lebewesen tummeln sich im Erdreich: angefangen von kleinsten Lebewesen, die wir mit bloßen Augen nicht sehen können, über Würmer und Käfer bis hin zu Ameisen und Erdhummeln. Auch Pilze wachsen zum größten Teil im Verborgenen. Sie bilden unterirdisch riesige Netzwerke und versorgen die Bäume mit Wasser.

Die Ausstellung zeigt großen und kleinen Besuchern, wie sie dieses einzigartige Ökosystem schützen können. Zu den interaktiven Angeboten der Ausstellung zählen eine Forschungsstation zur Photosynthese, ein unterirdisches Labyrinth, in dem sich die Kinder in Bodenlebewesen verwandeln können, und ein historischer Traktor, der zum Spielen einlädt. Das Bodenkulturlabor vermittelt Wissenswer-

tes über Bodenorganismen und Gesteine. Kurze Filmbeiträge erzählen vom Leben der Erdhummel oder der Kommunikation zwischen Pilzen und Bäumen. Entwickelt wurde das Projekt vom Kindermuseum ZOOM in Wien mit wissenschaftlicher Beratung der Universität für Bodenkultur Wien. ■

 www.expedition-erde-ausstellung.de

Fotos: www.kaiserdome-virtuell.de | Christine Lincke

Virtueller Dombesuch jetzt auch mit Smartphone und Tablet

Nach einem umfassenden technischen Relaunch steht der virtuelle Kaiserdom zu Speyer den Besuchern ab sofort wieder zur Verfügung – nun auch auf mobilen Endgeräten. „Kaiserdom virtuell“ setzt auf formatfüllende 360-Grad-Ansichten: Besucher können sich jetzt auch mit dem Smartphone per Fingerzeig um die eigene Achse drehen und in alle Richtungen schauen. Um die räumliche Wirkung zu verbessern, wurde die Auflösung

der alten Bildwelten nochmals deutlich optimiert. Damit

Dombesucher – online und auch im realen Bauwerk – von den neuen technischen Möglichkeiten profitieren, sind für alle Online-Hotspots die realen Geokoordinaten hinterlegt. Das führt beispielsweise dazu, dass im Kir-

chenschiff Orgelmusik und in den Domgärten Vogelgezwitscher zu hören ist. Die Seite liefert zudem Informationen zu Liturgie, Baugeschichte und Architektur. ■

 www.kaiserdome-virtuell.de



Die
nächste
Ausgabe
erscheint
Ende
Januar

Wir wünschen allen Lesern frohe Weihnachten &
EINEN GUTEN RUTSCH INS NEUE JAHR

Verein Südliche Weinstrasse mit **Genussbox zum Jubiläum**

Ein großes Fest wird es in diesem Jahr nicht geben. Aber „50 Jahre Südliche Weinstrasse e.V.“ sollen auch nicht einfach so vorbeigehen. Quasi zum „Selbstfeiern“ gibt es daher eine SÜW-Genuss-Box mit guten Zutaten aus allen Teilen der Südlichen Weinstraße, wie Feigensenf vom

Doktorenhof in Venningen, Honig von Imker Thomas Hans in Herxheim, Roter Apfelsaft vom Obsthof Wicke in Hochstadt, eine Dinkel-Mühlenbrot-Backmischung von der Bischoff-Mühle in Appenhofen oder ein Rotwein-Cuvée vom Weingut Emil Bauer in Landau-Nussdorf. Richtig

gefeiert wird dann im nächsten Jahr. Geplant ist ein Jubiläums-Wochenende im Mai mit Aktionen in allen acht Urlaubsregionen der SÜW mit Musik, Theater, Genuss und natürlich Wein. ■

 www.suedlicheweinstrasse.de



Was gibt es Neues in Sachen Urlaub?

Als eine der ersten Touristikmessen des Jahres präsentiert der ReiseMarkt Rhein-Neckar-Pfalz alle Facetten des Verreisens und gibt einen Einblick, wie Corona die Reiselandschaft verändert hat. Das „größte Reisebüro“ der Metropolregion will in der Maimarkthalle Mannheim vom 7. bis 9. Januar rund 8.000 Besucher in Urlaubs-laune versetzen. Von Fernreisen über deutsche Regionen bis zum Tagesausflug, von der Pauschalreise über den Tourismusverband bis zum Hotel und der Kreuzfahrt ist an alles gedacht. Schon vor

der Pandemie gefragt, haben einige Urlaubsformen seit 2020 nochmals besonderen Schwung aufgenommen, dazu gehört der Urlaub mit dem Fahrrad. Auf der Messe lädt ein Fahrrad-Parcours dazu ein, verschiedene Fahrradmarken von E-Bikes bis zu Tourenrädern zu testen. Auch Wohnmobile und Caravans können ausgiebig begutachtet werden. Gedacht ist auch an die Urlauber, die noch gar nicht wissen, wo es sie wirklich hinzieht. Inspirationen liefern zum Beispiel Live-Vorträge von Globetrottern. ■

 www.expotecgmbh.de

Mit Seemannsliedern ins neue Jahr

Mit frischem Wind startet die Neue Philharmonie Frankfurt unter ihrem Chefdirigenten Jens Troester ins neue Jahr. Ob unter Piratenflagge oder bei der US-Marine: Das Neujahrskonzert im Congressforum Frankenthal nimmt Kurs auf die schönsten Melodien, die eingängigsten Chansons und die lustigsten Seemannslieder. Unter der Leitung und Moderation von Jens Troester darf natürlich auch die Binnenschiffahrt nicht zu kurz kommen – schließ-

lich waren große Ströme stets Quelle großer Musik. ■

 www.congressforum.de





Soziale Medien und Falschinformationen: Was tun?

Weitgehend fehlende Qualitätskontrollen führen dazu, dass Falschinformationen auf sozialen Netzwerken entstehen und sich in Sekundenschnelle über den Globus verteilen können. Dabei legen jüngste Erkenntnisse nahe, dass etwa 50 Prozent der Nutzer solche Falschinformationen auch glauben¹.

Was tun? Eine mögliche Gegenmaßnahme sind sogenannte Faktenchecks. Dabei werden einzelne Falschinformationen von unabhängigen Organisationen wie Correctiv.org oder den sozialen Medien selbst geprüft und widerlegt. Die Evidenz zur Wirksamkeit von Faktenchecks ist allerdings gemischt. Während einige Studien zeigen, dass Nutzer Falschinformationen weniger Glauben schenken, finden andere, dass Faktenchecks keine Wirkung haben oder die Glaubwürdigkeit von Falschnachrichten sogar verstärken². Gründe dafür sind politische Motivation, ein verfestigtes Weltbild oder auch Trotz³.

Eine Alternative könnte die Förderung digitaler Medienkompetenz sein, im Rahmen derer man Nutzer z. B. Tipps zum Umgang mit

Informationen im Netz („Achte auf die Quelle“ etc.) gibt. Diese Art von Maßnahme ist bislang wenig untersucht, erste Erkenntnisse sind jedoch vielversprechend. So begegneten Nutzer, die auf Facebook zehn solcher Tipps gesehen haben, zwar allen Nachrichten – korrekten wie falschen – kritischer, die Skepsis gegenüber Falschinformationen stieg jedoch deutlich stärker an⁴.

Soziale Medien sollten trotz allem nicht per se verteufelt werden, denn der direkte Austausch zwischen Nutzern kann auch eine wichtige Informationsquelle in Ländern mit Medienzensur sein. Während die sozialen Medien (natürlich) für ihre Inhalte verantwortlich sein sollten, liegt es letztendlich auch in den Händen der Nutzer selbst, verantwortungsvoll und reflektiert mit ihnen umzugehen. ■



Quellenangaben zum Text



Diskutieren Sie mit auf ihkpfalz-interaktiv.de



50 Prozent der Nutzer glauben **Falschinformationen** aus sozialen Netzwerken.



Dr. Anna Kerkhof ist Wissenschaftliche Mitarbeiterin am ifo Zentrum für Industrieökonomik und neue Technologien