

WIRTSCHAFTS MAGAZIN

PFALZ

www.pfalz.ihk24.de

AUSGABE
07/08
2022

TITELTHEMA

STANDORTANALYSE 2022: PFÄLZISCHE STÄRKEN UND SCHWÄCHEN

15.000 UNTERNEHMEN, 33 STANDORTFAKTOREN, ACHT STÄDTE: DAS ERGIBT EINE MENGE STATISTIK. DIE DURCHSCHNITTSNOTE LIEGT BEI 2,8, ALSO ETWAS BESSER ALS BEFRIEDIGEND. ES GIBT POSITIVE ENTWICKLUNGEN UND VIEL HANDLUNGSBEDARF.

Seite **08**

IHK

KONTROVERS

Erweiterung des Zwei-
brückener Fashion Outlets
S. 04

TREFFPUNKT IHK

Interview mit der
britischen Botschafterin
S. 26

SERVICE & TIPPS

Immer up to date:
Infos zur Gasversorgung
S. 33



Musikalischer Mittag

Im neuen, entspannt-loungigen Look präsentiert der Marketing-Verein Ludwigshafen die Veranstaltungsreihe Musikalischer Mittag – in diesem Jahr jeweils von 12 bis 14 Uhr unter dem Blätterdach mächtiger Baumriesen auf dem Ludwigsplatz. Eröffnet wurde der Musikalische Mittag mit dem Quintett um Gesangspädagogin Beate Maas am 2. Juni. Die vielseitige Sängerin Silke Hauck war am 7. Juli zu Gast.

DJ Didi verwöhnt dann am 4. August mit einem Set, das perfekt die angenehme Atmosphäre der Umgebung des Ludwigsplatzes untermalt. Der letzte Termin des diesjährigen Zyklus gehört Celia Baron am 8. September. Die Künstlerin arbeitet als Saxophonistin und DJane, aber auch als Komponistin, Produzentin und Dozentin. ■

www.marketing-ludwigshafen.de



8. Freiwilligentag der Metropolregion Rhein-Neckar

Am 17. September heißt es wieder: Wir schaffen was! Bei der achten Auflage des Freiwilligentages wird die gesamte Rhein-Neckar-Region in Bewegung versetzt, um Herzenswünsche zu erfüllen. Freiwillige Helferinnen und Helfer packen gemeinsam an und unterstützen eine Vielzahl an Projekten. Beteiligen kann man

sich als Helfer oder Helferin, mit einem Projekt oder als Sponsor. Egal ob handwerklich begabt, als kreativer Kopf oder mit einem Händchen für den persönlichen Austausch – der Freiwilligentag bietet viele Möglichkeiten, um sich ehrenamtlich zu engagieren. ■

www.wir-schaffen-was.de



Klimanetzwerk gestartet

Das Cluster Energie & Umwelt der Metropolregion Rhein-Neckar hat gemeinsam mit der Pfalzwerke-Gruppe und den Nachhaltigkeits-Experten von Arqum das We4Zero-Klimanetzwerk ins Leben gerufen. Gemeinsam analysieren die Unternehmen und die Experten die CO₂- und damit auch Kosteneinsparpotenziale ihrer Mitglieder.

Nach einer sechsmonatigen Projektphase erhalten die Unternehmen eine Treibhausgas-Bilanz nach dem anerkannten Standard des Greenhouse Gas Protocol. Im Anschluss profitieren die Mitglieder weiter vom Austausch mit den anderen Unternehmen. ■

www.pfalzwerke.de/we4zero

Avantgarde einer neuen Winzer-Generation

20 Nachwuchstalente wurden jetzt zur neuen „Jungen Pfalz“ gewählt und zählen damit zu den besten Jungwinzern und Jungwinzerinnen der Pfalz. Eine fünfköpfige Jury, besetzt mit Top-Sommeliers, Händlern, Journalisten und Influencern aus ganz Deutschland, verkostete, diskutierte und

entschied in einer Blindverkostung gemeinsam über die Zusammensetzung der neuen Gruppierung. In den kommenden zwölf Monaten treten die Jungwinzer nun als Markenbotschafterinnen des Pfälzer Weins unter dem Namen „Die Junge Pfalz“ deutschlandweit auf. ■

www.diejungepfalz.de





Pfalzbox bei Kunden beliebt

Annas Landpartie ist ein inhabergeführtes Unternehmen mit zwei Feinkostläden in Landau und Speyer. Die Kunden können aus mehr als 200 Produkten auswählen. Im Laufe der Jahre wurde das Sortiment immer wieder angepasst und durch ein Sortiment an saisonalen Accessoires, Tischwäsche, Geschirr und Servietten ergänzt. Dazu gehört auch die beliebte Pfalzbox. Sie kann in Ausführungen mit den Namen Landpartie, Herrenabend, Sommerlaune oder Pfälzer Gin online bestellt

– aber auch individuell vor Ort befüllt werden.

Seit der Gründung im Jahre 2014 verfolgt die Inhaberin Anna Köhr strikt ihr Ziel, ihren Kunden feine Lebensmittel und Genussmittel aus der Pfalz und dem nahen Elsass zu bieten. Neben regionalen Produkten gehören auch eigens für Annas Landpartie entwickelte und gelabelte Produkte zum Sortiment. ■

 www.annas-landpartie.de

Malprozess analoger Kunstwerke in die digitale Welt gebracht

Für Leon Löwentraut fühlt sich der Malprozess wie Fliegen an – um das erlebbar zu machen, haben Studentinnen und Studenten der Hochschule Kaiserslautern eine Rauminstallation entwickelt, in der die Besucher dieses Gefühl analog und digital erleben können. „Volar“ heißt im Spanischen „fliegen“ und so nennt der 24-jährige Künstler sein Projekt, das aus der Zusammenarbeit mit den Studenten entstanden ist. Löwentraut hatte während des Wintersemesters 21/22 einen Lehrauftrag an der Hochschule

im Studiengang Virtual Design. Die Ergebnisse wurden von den Studentinnen vor einem ausgewählten Publikum an der Hochschule vorgestellt.

Das Werk, um das es geht, hat Löwentraut im Virtual Lab der Hochschule gemalt. Und die Studentinnen und Studenten haben die Entstehungsgeschichte des Bildes dokumentiert. Via Motion Capture sind Löwentrauts Bewegungen beim Malen erfasst worden, hochempfindliche Mikrofone haben die Geräusche auf der Leinwand aufgezeichnet und EEG-Messungen machen „sichtbar“, wie Löwen-

traut im Schaffensprozess in einen „Flow“ gerät: Die in Echtzeit gesammelten Daten werden in der Ausstellung zugänglich gemacht. ■



 www.hs-kl.de



Online-Shop für Bienengift-Salbe

Das im TZL-Regionales Innovationszentrum Ludwigshafen ansässige Start-up BioGenom hat einen neuen Online-Shop für Bienengift-Salbe. Das Forschungsunternehmen ist darauf spezialisiert, aus Bienengift Wirkstoff-Peptide von hoher Reinheit herzustellen, um sie in verschiedenen Produkten einzusetzen. Das aus Bienengift

isolierte Melittin wirkt entzündungshemmend und schützt die Zellen vor Zerstörung bei starken Entzündungen.

Des Weiteren enthält Bienengift Peptide und Enzyme, die andere Wirkstoffe ergänzen und anregen, die Hautzellen und ihre Durchblutung zu aktivieren, so dass die Haut die Kollagen- und Elastinproduktion steigert. ■

 www.beejoyous.de





WIE BEWERTEN SIE DIE ERWEITERUNGSPÄNE DER ZWEIBRÜCKENER FASHION OUTLETS?



Die wichtigen Vorschriften für großflächigen Einzelhandel finden sich im Landesentwicklungsprogramm (LEP IV) ab Seite 96.



Diskutieren Sie mit auf ihkpfalz-interaktiv.de



Konstantin Kayser ist Geschäftsführer der Kayser Heimtiernahrung GmbH, ein mittelständisches Großhandelsunternehmen in zweiter Generation, das in Waldfishbach ansässig ist. Kayser ist zudem Mitglied der neuen Vollversammlung der IHK Pfalz.

PRO: Das Outlet ist für mich eine Erfolgsgeschichte für unsere Region. Die Pfalz wurde vor langer Zeit abgeschlagen und ist in vielen Köpfen nicht präsent. Auf die Frage, wo man herkommt, ist der Hinweis auf das Outlet meist eine genaue Orientierung.

Jeder kennt es in fast ganz Deutschland. Alleine der Titel „größtes Outlet Deutschlands“ hat dazu verholfen, und auch wenn dieser nur durch eine Erweiterung erhalten bleibt, kann die Region weiter damit bekannter werden und profitieren.

Davon profitieren nicht nur das Outlet selbst, sondern auch alle Betriebe um das Outlet herum. Ebenso die Menschen, die hier leben und vor allem im Outlet und Umgebung arbeiten. Nicht umsonst steht die Region mit Pirmasens und Zweibrücken auch hinter dem Outlet. Es ist ein Magnet für Shoppingwillige, die meist nicht aus der Region kommen und somit Geld von außen bringen. Genau diesen Punkt fürchten alle Städte in der Umgebung, wir stärken damit unsere Region und nehmen ihnen die Kunden, aber sicher nicht uns selbst! ■

CONTRA: Als Vorsitzender des Pirmasenser Handelsverbandes muss ich die geplante Erweiterung des Outlets in Zweibrücken ablehnen, weil wir nach der Eröffnung des Outlets vor 20 Jahren erschreckende Auswirkungen auf den Innenstadt-Handel in Pirmasens hinnehmen mussten. Die Gutachter hatten damals einen Umsatzrückgang von zehn Prozent in den betroffenen Branchen prognostiziert, eingetreten sind aber zehn Prozent Umsatzrückgang in fünf aufeinanderfolgenden Jahren, also in Summe 41 Prozent. Ein Aderlass in dieser Größenordnung darf sich auf gar keinen Fall mehr wiederholen, sonst wird durch einen „Domino-Effekt“ die Innenstadt von Pirmasens nahezu handelsfrei werden, was sicher nicht zum Vorteil der Verbraucher ist – zumal die Versorgungslage derzeit schon nicht als komfortabel bezeichnet werden kann.

Der örtliche Handel hat den Zusagen der Landespolitik vertraut, die im Genehmigungsverfahren für das Outlet ein Limit von 20.000 Quadratmeter Verkaufsfläche zugesagt hatte. Darauf vertrauend gab es Investitionen in den Pirmasenser Innenstadthandel, um die Attraktivität zu steigern, die bei einer weiteren Verschärfung des Wettbewerbs nun obsolet würden.

Auch der Verweis auf die im Outlet neu entstehenden Arbeitsplätze ist einseitig. Unser Verband hat festgestellt, dass für jeden neu entstandenen Arbeitsplatz im Outlet zwei Arbeitsplätze im örtlichen Fachhandel verloren gegangen sind. Die Bilanz ist also klar negativ, und dieser Effekt wird sich bei einer Erweiterung wiederholen. Wer lebendige Innenstädte möchte, muss etwas dafür tun. Den Handel im Außenbereich ungezügelt zuzulassen, ist dafür das absolut ungeeignete Mittel. ■



Erich Weiss ist geschäftsführender Gesellschafter der PR-Handels-GmbH, Pirmasens, und Ortsvorsitzender des Handelsverbandes PS-SWP.



Erleben und
genießen Sie
diesen Sommer
ganz bewusst!

ÜberlebensKUNST

Ein lauer Sommerabend, ich sitze noch am Schreibtisch. Die Corona-Krise wirkt in dieser Zeit des Jahres so weit weg wie nie, und viele Events kehren in unseren Alltag zurück. Ich habe wieder Lust, unter Menschen zu sein und das kulturelle Angebot in unserer Region voll auszukosten. Die Pause war fast schon zu lange, als dass man sich schnell wieder an die alte Normalität gewöhnen könnte.

Denken wir einmal an die Zeit vor der Pandemie zurück. Der Sommer war für viele die schönste Zeit des Jahres: Weinfeste, Stadtfeste, Festivals, um nur einige zu nennen. Was einmal fester Bestandteil des täglichen Lebens war, wurde zum heiß ersehnten und teilweise unerreichbaren Luxusgut. So weit die Seite der Konsumenten. Auf der anderen Seite die harten Fakten derer, die in diesem Sektor ihr Geld verdienen: Keine Einnahmen, angewiesen auf Hilfe, finanzielle Not. Da gewinnt der Begriff „Überlebenskünstler“ eine ganz neue Bedeutung. Und das, obwohl sich die Akteure dieser Branche über Jahre hart eine Marktposition erarbeitet haben.

Ein paar Eckdaten, um uns ein Gefühl für die Branche zu geben: In Rheinland-Pfalz sprechen wir von 46.500 Menschen, die in der Kultur- und Kreativwirtschaft beschäftigt sind und einen Gesamtumsatz von rund 4,7 Milliarden Euro in über 9.400 Unternehmen erwirtschaften. Die wirtschaftlichen Auswirkungen kultureller Angebote lassen sich nicht ganz so konkret benennen. Da ist das gastronomische Angebot beim Stadtfest, der Luftballonverkäufer, vielleicht ein verkaufsoffener Sonntag. Damit wird deutlich, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft sehr wohl ein bedeutender Wirtschafts- und Imagefaktor ist.

Doch was bedeutet das genau und wie profitieren wir alle davon? Ein reichhaltiges An-

gebot an Kultur und Kreativwirtschaft macht Stadt und Land lebendig. Im harten Wettbewerb um Fachkräfte ziehen nun mal die Regionen, die etwas zu bieten haben, Arbeitnehmer mit ihren Familien an. Die Standortumfrage in diesem Magazin zeigt uns, wie attraktiv die Region ist, aber auch, wo ihre Herausforderungen liegen. Zentrales Thema sind die Innenstädte. In Zukunft werden sie sich von einer reinen Shopping- hin zu einer Erlebniswelt wandeln müssen. Hier sind wir auf die Ideen und das Engagement der Künstler und kreativen Profis angewiesen.

Wir dürfen nicht zulassen, dass die Menschen, die unsere Region lebens- und liebenswert machen, trotz guter epidemischer Lage kein Geld erwirtschaften. Daher mein Appell an Sie: Erleben und genießen Sie diesen Sommer ganz bewusst. Besuchen Sie so viele Feste, Konzerte und Theateraufführungen wie möglich. Neben dem persönlichen Genuss helfen Sie damit, dass sich diese bedeutende Branche wieder etablieren, stabilisieren und entfalten kann – zu unser aller Wohl. Rheinland-Pfalz ist gerade 75 Jahre alt geworden, allein das ist schon einer von vielen Gründen, zu feiern! ■

Albrecht Hornbach,
Präsident der IHK Pfalz



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



Interaktiv dabei!

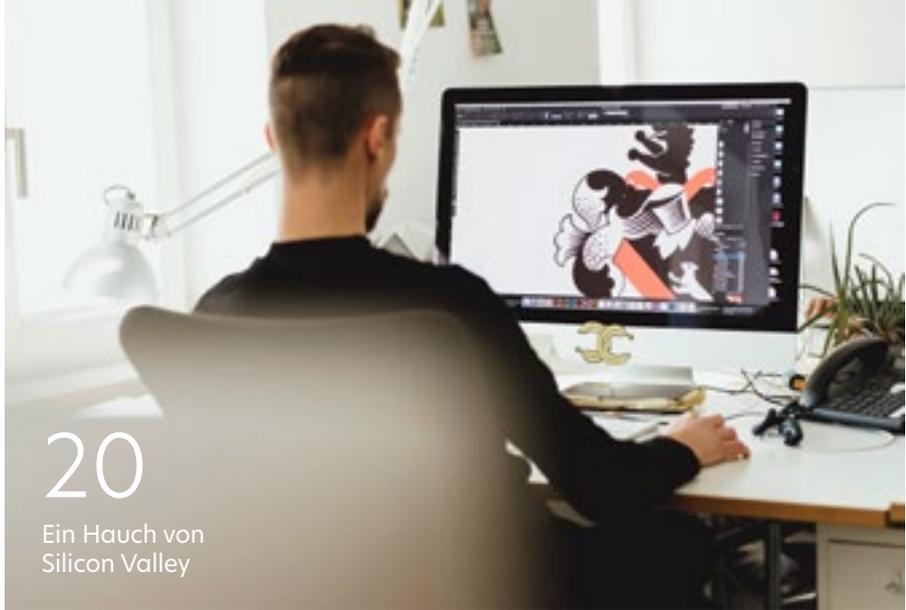
Abstimmen, kommentieren und teilen: Auf der Kommunikationsplattform „IHK Interaktiv“ können Leser noch mehr Inhalte entdecken und aktiv mitmachen.

www.ihkpfalz-interaktiv.de



MIT DER SCHULNOTE 4,7

bewerten die Unternehmen die **Attraktivität der Ludwigshafener Innenstadt**. Das ist die schlechteste vergebene Note in der Standortumfrage.



20

Ein Hauch von Silicon Valley



08

Ergebnisse 2022:

Die 6. IHK-Standortanalyse zeigt eine hohe emotionale Verbundenheit der Unternehmen mit ihrem Standort. Doch häufig fehlt es an Wirtschaftskraft und Innovationen vor Ort. Die größten Baustellen sind Digitalisierung, Fachkräftemangel, Wohn- und Gewerbeflächen.



26

Interview mit der britischen Botschafterin



© stock.adobe.com – Blueplanet studio



24

Entscheidung über
Abriss und Neubau der
IHK Pfalz vertagt



© stock.adobe.com - modernmovie



33

IHK Pfalz
informiert zur
Gas- und Ener-
gieversorgung

02-03 **QUERBEET**

04 **KONTROVERS**

Wie bewerten Sie die Erweite-
rungspläne der Zweibrückener
Fashion Outlets?

05 **PERSÖNLICH**
ÜberlebensKUNST

08-17 **TITELTHEMA**

Standortanalyse 2022:
Pfälzische Stärken und Schwächen

Frankenthal: Einer der besten pfälzischen
Standorte | Ludwigshafen: Problematisches
Umfeld | Neustadt: Stillstand an der
Weinstraße | Speyer: Starke emotionale
Faktoren | Landau: Mit eigenem Profil |
Pirmasens: Dynamik trotz schwerer
Bürden | Zweibrücken: Tendenziell positiv |
Kaiserslautern: Luft nach oben

18-23 **WIR IN DER PFALZ**

24-28 **TREFFPUNKT IHK**

29 **DIGITALISIERUNG**

30-33 **SERVICE & TIPPS**

34 **NEUES AUS RHEINLAND-PFALZ**

35 **FEIERABEND**

36 **GASTKOMMENTAR**
Warum ist es so wichtig,
aus Fehlern zu lernen?

Standortanalyse 2022: Pfälzische Stärken und Schwächen

Liste aller Standortfaktoren

A) Infrastruktur, Marktnähe

- A 1) Nähe zu Kunden und Zulieferern
- A 2) Qualität der digitalen Infrastruktur
- A 3) Verfügbarkeit Gewerbeflächen/-immobilien
- A 4) Verfügbarkeit von Wohnraum

B) Verkehr

- B 1) Anbindung Fernstraßennetz
- B 2) Anbindung ÖPNV
- B 3) Anbindung Schienenfernverkehr
- B 4) Erreichbarkeit der Innenstadt
- B 5) Baustellenkoordination
- B 6) Verfügbarkeit von Ladeinfrastruktur

C) Arbeitsmarkt, Vernetzung

- C 1) Verfügbarkeit Fachkräfte
- C 2) Verfügbarkeit von Auszubildenden / Berufseinsteigern
- C 3) Zusammenarbeit mit Hochschulen/Forschungseinrichtungen

D) Kommunale Wirtschaftsförderung

- D 1) Kundennähe der Wirtschaftsförderung
- D 2) Qualität und Kompetenz der Wirtschaftsförderung
- D 3) Reaktionsgeschwindigkeit der Wirtschaftsförderung
- D 4) Kommunales Standortmarketing
- D 5) Digitales Angebot der Wirtschaftsförderung

E) Verwaltung, Kommunalpolitik

- E 1) Offenes Ohr der Verwaltung für Wirtschaftsfragen
- E 2) Generelle Erreichbarkeit der Verwaltung
- E 3) Qualität des Online-Angebotes/Digitalisierung
- E 4) Bearbeitungsdauer von Anliegen und Verfahren
- E 5) Nachvollziehbarkeit/Verlässlichkeit von Entscheidungen
- E 6) Höhe der kommunalen Steuern und Abgaben

F) „Weiche“ Standortfaktoren

- F 1) Attraktivität der Innenstadt
- F 2) Nahversorgung
- F 3) Betreuungsangebot für Kinder
- F 4) Schulangebot
- F 5) Gesundheitsversorgung
- F 6) Betreuungsangebot für Senioren
- F 7) Freizeitangebot (Kultur, Sport etc.)
- F 8) Klimafreundlichkeit
- F 9) Image der Kommune

Endlose Waldflächen, geschwungene Rebhänge, fruchtbare Flusstäler: Die Pfalz ist ein schönes Fleckchen Erde – zweifelsohne. Doch wie steht es um die Voraussetzungen für gelungenes Wirtschaften? Die IHK Pfalz hat zum sechsten Mal eine Standortanalyse durchgeführt, um genau das herauszufinden. In den acht kreisfreien Städten der Pfalz wurden rund 15.000 Betriebe gebeten, die Bedingungen vor Ort mit Schulnoten zu bewerten. Dabei umfasste der Fragenkatalog 2022 eine lange Liste mit Standortfaktoren: von „harten“ Faktoren wie der Anbindung ans Straßennetz bis zu „weichen“ Faktoren wie Lebensqualität und Freizeitwert.

Das Fazit: Die Pfalz erzielt eine befriedigende Durchschnittsnote von 2,8, sie ist eine Region mit hohem Wohlfühlfaktor, und bei einigen Standortfaktoren gibt es noch viel Luft nach oben.

VON MARION RASCHKA

Die Pfalz ist ausgesprochen vielgestaltig – sowohl topographisch als auch wirtschaftlich. Industriell geprägte Landstriche wechseln sich mit vorwiegend landwirtschaftlich genutzten ab. So offenbart auch der Blick auf die Situation in einzelnen Städten deutliche Unterschiede in den Einschätzungen – sowohl zur aktuellen Situation als auch zur Entwicklung in den vergangenen fünf Jahren. Laut Standortanalyse 2022 verbinden die meisten der befragten Betriebe mit ihrer Gemeinde vor allem Gefühle von Heimat, hoher Lebensqualität, Familienfreundlichkeit und Sicherheit. Zukunft, Wirtschafts- und Innovationskraft sowie Dynamik sind Aspekte, die nicht sofort mit den Gegebenheiten vor Ort assoziiert werden. Hier sehen die Unternehmen besonderen Nachholbedarf und auch Entwicklungspotenzial.

Infrastruktur entscheidend

Die Antworten der Mitgliedsunternehmen wurden nach drei Kriterien analysiert:

- Welche Faktoren sind besonders wichtig?
- Welche Standortfaktoren werden besonders gut erfüllt?
- Welche Standortfaktoren sind besonders wichtig, werden aber schlecht erfüllt und stark kritisiert?

Ruth Scherer, IHK-Pfalz-Referentin für Konjunktur und Wirtschaftsstatistik, hat langjährige Erfahrung mit vergangenen Standortanalysen und stößt dabei immer wieder auf die gleichen Themen. Besonders wichtig für die Unternehmen sind Fragen der Infrastruktur. „2022 sticht weiterhin die mangelnde Qualität der



digitalen Infrastruktur heraus, sprich Breitbandausbau und Mobilfunkabdeckung. Im Fokus der Unternehmen liegt außerdem die Anbindung an das Fernstraßennetz sowie die Gesundheitsversorgung.“

Bei den Antworten auf die Frage nach besonders wichtigen Faktoren, die zu wünschen übrig lassen, stellt die Umfrage ein fast einheitlich schlechtes Zeugnis aus: „In der Kritik an allen Standorten steht die Leistungsfähigkeit der kommunalen Verwaltungen“, fasst Scherer zusammen. „Sechs Kriterien haben wir dazu abgefragt, zum Beispiel Erreichbarkeit, Bearbeitungsdauer, Online-Angebot und die Nachvollziehbarkeit von Entscheidungen – und sämtliche werden als unzureichend eingestuft.“ Dazu komme laut IHK-Expertin der hartnäckige Engpass bei den qualifizierten Arbeitskräften, ein bundesweites gesellschaftspolitisches Problem, das innerhalb der einzelnen Kommunen kaum zu lösen sei.

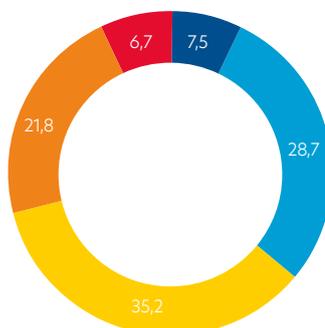
Innenstädte attraktiver machen

Einen dritten wichtigen Kritikpunkt identifiziert die aktuelle Standortanalyse in der Attraktivität der Innenstädte. „Die Negativliste führt hier das Zentrum von Ludwigshafen an, doch auch Kaiserslautern, Pirmasens und Frankenthal sind Problemnennstädte mit Leerstand und Bauruinen“, so Scherer. Sorgenkind der Unternehmen sei außerdem fast pfalzweit die Qualität der digitalen Infrastruktur. „Ein lästiger Umstand, der ebenfalls immer wieder in der Kritik steht, ist die mangelnde Koordination von Baustellen, 2022 vor allem in Kaiserslautern, Neustadt und Speyer.“

Gemeinsame Wege suchen

„Wir als IHK und auch unsere Mitgliedsunternehmen suchen ja stetig das konstruktive Gespräch mit Verwaltung, Wirtschaftsförderung und Kommunalpolitik“, erläutert Scherer den Hintergrund der regelmäßig durchgeführten Befragungen. „Die Standortanalyse gibt uns Fakten an die Hand, mit denen wir mit den Kommunen nach gemeinsamen Wegen suchen können.“ Besonders wichtig vor dem Hintergrund, dass sich 2022 wie auch 2018 die Kritik an der Verwaltung wie ein roter Faden durch die Befragung der Mitgliedsbetriebe zieht: „Leider ein Dauerbrenner“, so Scherer. ■

Entwicklung der letzten 5 Jahre in %



KONTAKT

Nicole Rabold

0621 5904-1500
nicole.rabold
@pfalz.ihk24.de

Justine Markisch

0621 5904-1540
justine.markisch
@pfalz.ihk24.de



[www.ihk.de/pfalz/
standortumfrage](http://www.ihk.de/pfalz/standortumfrage)

”

Die **Flächenproblematik ist eine der größten Herausforderungen** für Frankenthal. Unternehmen vor Ort müssen sich erweitern können, neue Betriebe brauchen Platz, um sich anzusiedeln.

Nicole Rabold

Flächengutachten A6

Die Industrie- und Handelskammer (IHK) Metropolregion Rhein-Neckar hat im Februar 2022 ein Konzept für Gewerbeflächen erarbeitet, um die Region nördlich der A6 gezielt, innovativ und nachhaltig zu entwickeln.



TOP-Wünsche

... an Stadt und Wirtschaftsförderung

- Reduzierung der kommunalen Steuern und Abgaben
- Schnelle Bearbeitung von Anliegen und Verfahren
- Nachvollziehbarkeit/Verlässlichkeit von Entscheidungen
- Bessere Erreichbarkeit
- Mehr digitale Angebote

Frankenthal: Einer der besten pfälzischen Standorte

Gute Verkehrsanbindung und Nähe zu Kunden und Zulieferern: Das sind die beiden Talente, mit denen sich Frankenthal als kreisfreie Stadt im Nordosten einen ersten Platz auf der Wirtschaftsbühne erspielt hat.

Knapp 50.000 Menschen leben hier, und das gerne: „Frankenthal ist ein sehr solider Standort“, so fasst es Nicole Rabold, Leiterin des IHK-Pfalz-Geschäftsbereichs Infrastruktur und Digitale Wirtschaft, zusammen. „Dabei glänzt er nicht mit einem attraktiven Äußeren, sondern er ist in erster Linie funktional. Hier lässt es sich gut leben und wirtschaften.“ Mit einer Gesamtbewertung von 2,6 gehört der Standort zu den besten der Pfalz. Frankenthal profitiert von der zentralen Lage in der wirtschaftsstarken Metropolregion Rhein-Neckar und der Top-Anbindung ans Fernstraßennetz. „Hier erzielte Frankenthal den Bestwert in unserer Standortanalyse – ein absoluter Pluspunkt“, so Rabold. Daneben schaffen emotionale Faktoren wie Heimat und Lebensqualität wertvolle Bezugspunkte zur Stadt.

Lebensqualität und Heimatgefühl gut bewertet

Damit konnte sich die Stadt gegenüber der IHK-Analyse 2018 sogar leicht verbessern. Vor vier Jahren punktete Frankenthal ebenfalls mit seiner guten Verkehrsanbindung und einer Reihe von weichen Standortfaktoren wie Schulangebot oder Lebensqualität.

Diese Werte haben sich weiter stabilisiert, denn obwohl das vorderpfälzische Städtchen keine Diva sei, wie die IHK Pfalz erklärt, schätzen die Menschen ihre Stadt. „Frankenthaler Unternehmen sind sehr in der Region verwurzelt“, erläutert die IHK-Expertin. Besonders im Hinblick auf den Fachkräftemangel kommt den weichen Standortfaktoren 2022 eine hohe Bedeutung zu. Frankenthal kann bei der Gesundheitsversorgung, beim Schulangebot und bei der Nahversorgung mit ordentlichen Ergebnissen punkten. Die Attraktivität der Innenstadt wird dagegen als nicht befriedigend bewertet (Leerstände, Parkplatzprobleme). „Dafür müssen Konzepte entwickelt werden, die das Stadtzentrum aufwerten.“ Die Qualität der digitalen Infrastruktur wurde 2022 deutlich schlechter eingeschätzt als 2018, was ebenfalls auf Handlungsbedarf hinweist.

Kein offenes Ohr bei Behörden

Schlecht abgeschnitten in der Erhebung 2022 haben mit 3,8 außerdem Verwaltung und Kommunalpolitik: „Es gibt Probleme mit der Reaktionsgeschwindigkeit der Behörden“, fasst Rabold zusammen. „Die Unternehmen wünschen sich von der Verwaltung ein offeneres Ohr für ihre Anliegen.“ Da die kommunalen Abgaben hoch sind, erwarten Handel und Gewerbe eine höhere Serviceorientierung ihrer Gesprächspartner. Auch die Wirtschaftsförderung hat nur durchschnittlich abgeschnitten, hier vermissen die Betriebe mehr kommunale Initiative.

„Riesenprobleme hat Frankenthal außerdem mit Gewerbeflächen und Wohnraum“, so das Ergebnis der aktuellen Analyse. „Zwar sind Gewerbeflächen in der gesamten Metropolregion knapp, aber hier besonders“, sagt Rabold. Frankenthal trage beim Flächenmangel die rote Laterne innerhalb der Erhebung. Und: Der eklatante Mangel an Wohnraum wirke sich vor allem negativ auf die ohnehin angespannte Fachkräftesituation aus, und die damit verbundenen Preise machten es schwer, Fachkräfte anzulocken. ■





Ludwigshafen: Problematisches Umfeld

Das wirtschaftliche Kraftzentrum der Pfalz liegt mit einer Gesamtbewertung von 2,9 knapp unter dem Durchschnitt (2,8) der kreisfreien Städte der Pfalz. Punkten kann Ludwigshafen vor allem mit der Lage mitten in der Metropolregion Rhein-Neckar.

Die Unternehmen zeigen sich zufrieden mit der Anbindung an das Fernstraßennetz, der Erreichbarkeit des Schienenfernverkehrs und der Nähe zu Kunden und Zulieferern. Problematisch erweisen sich dagegen die Innenstadt sowie Image und Flair der Kommune.

Unternehmen sehen Abwärtstrend

Nur jedes fünfte Unternehmen bescheinigt dem Standort eine überwiegend positive Entwicklung in den vergangenen fünf Jahren. Mehr als 40 Prozent bewerten dagegen die Veränderungen vor Ort als tendenziell negativ. Ein möglicher Grund könnte der problematische Ausfall der Hochstraße Süd sein, der sich auch in der Bewertung der Baustellenkoordination von 3,8 widerspiegelt. „Das Thema Hochstraßen verbinden wir auch mit der auffallend schlechten Bewertung der Standortentwicklung in den vergangenen fünf Jahren“, kommentiert IHK-Infrastruktur-expertin Nicole Rabold die Verkehrsmisere.

Flächen sind rar

Trotz zahlreicher umgesetzter Bauvorhaben wie am Rheinufer Süd hat sich die Bewertung der Verfügbarkeit von Wohnraum im Vergleich zu früheren Umfragen verschlechtert. In der Chemiestadt vermissen Betriebe außerdem freie Gewerbeflächen; das Ergebnis hat sich im Vergleich zu 2018 deutlich von 3,0 zu 3,4 verschlechtert. Hier besteht Handlungsbedarf, um die Wirtschaftskraft des Standorts zu erhalten.

Misere Innenstadt

Ludwigshafen leidet wie kein anderer Standort unter dem Niedergang seiner Innenstadt. Seit dem Abriss der legendären Tortenschachtel am Berliner Platz im Jahr 2015 klafft eine große Baulücke im Herzen der Stadt. Bauzäune dominieren das Stadtbild. Dazu kommt der Leerstand des markanten, jetzt geräumten Rathaus-Centers. „Zwar befinden sich viele Innenstädte nach Corona verstärkt in einem Strukturwandel, doch das Zentrum von Ludwigshafen hat mit der Note 4,7 unerreicht schlecht abgeschnitten“, so Rabold.

Nicht nur Leerstände, auch Sicherheit und Sauberkeit in der Innenstadt werden von Unternehmen bemängelt. Eine deutliche Botschaft der Wirtschaft: Der Wandel muss aktiv und positiv gestaltet werden, um den Standort insgesamt zu stärken. „Die Unternehmen wünschen sich, dass es einen Aufbruch gibt“, so Rabold. „Sie vermissen konkret erfahrbare Verbesserungen im Stadtgebiet.“

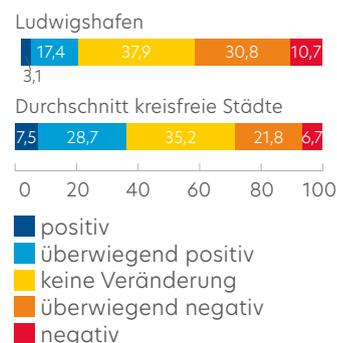
Die Wirtschaftsförderung erzielt mit einer Gesamtbewertung von 3,1 ein befriedigendes Ergebnis. Als verbesserungsfähig wird die Arbeit der Verwaltung und der Kommunalpolitik gesehen (3,6). Kürzere Bearbeitungsdauern von Anliegen und Verfahren, nachvollziehbarere und verlässlichere Entscheidungen sowie bessere Erreichbarkeit der Verwaltung stehen auf der Wunschliste der Unternehmen ganz oben. ■



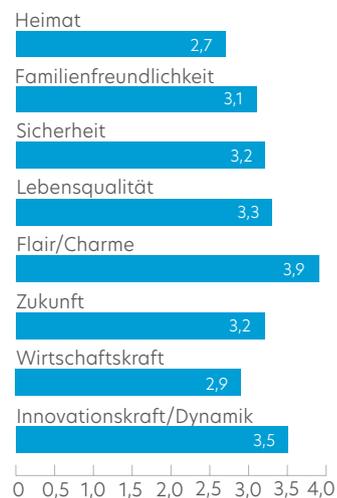
Die Herausforderungen, vor denen Ludwigshafen steht, können wir nur alle gemeinsam angehen. Es ist höchste Zeit, zu handeln!

Nicole Rabold, Leiterin Infrastruktur und Digitale Wirtschaft, IHK Pfalz

Entwicklung der letzten 5 Jahre in %



Emotionale Faktoren



Neustadt: Stillstand an der Weinstraße



Wofür steht Neustadt? **Nicht unbedingt für Wirtschaft!** Das kommunale **Standortmarketing ist gefragt.**

Nicole Rabold,
Leiterin Infrastruktur und
Digitale Wirtschaft, IHK Pfalz

Emotionale Faktoren



TOP-Wünsche

... an Stadt und Wirtschaftsförderung

- Schnelle Bearbeitung von Anliegen und Verfahren
- Nachvollziehbarkeit/Verlässlichkeit von Entscheidungen
- Offenes Ohr für Wirtschaftsfragen
- Reduzierung der kommunalen Steuern und Abgaben
- Mehr digitale Angebote

Wie bereits 2018 schneidet Neustadt im Vergleich zu den anderen sieben pfälzischen Städten mit der schlechtesten Note (3,1) ab. Die weichen Standortfaktoren sprechen dagegen für den Mittelpunkt der Deutschen Weinstraße, ebenso wie die Verkehrsanbindung.



„Das wiederholt negative Abschnitten verwundert uns, weil wir denken, dass die Stadt an der Weinstraße über ausreichend Potenzial verfügt“, fasst die Leiterin der IHK-Standortanalyse, Nicole Rabold, ihren Eindruck zusammen. Selbst die sehenswerte historische Altstadt mit viel Gastronomie und Einzelhandel wird lediglich mit der Note 3,5 bewertet. Einzelne Problemimmobilien trüben dort das gesamte Bild.

Die Zufriedenheit mit Nahversorgung, Schulangebot, Gesundheitsversorgung und attraktiven Freizeitmöglichkeiten zumindest für bestimmte Bevölkerungsgruppen zeichnet Neustadt aus und schafft eine hohe Verbundenheit der Unternehmen mit dem Standort. Chancen für eine Imageaufwertung könnten sich durch Weinwirtschaft und Tourismus eröffnen.

Wohlfühlen statt Wertschöpfung

Neustadt hat vieles zu bieten: Lebensqualität, Sicherheit, Familienfreundlichkeit, Flair und Charme. „Wir können uns die Bewertung nur so erklären: Man fühlt sich zwar wohl und zu Hause in der Stadt, genießt Lage und Naturnähe“, so Rabold, „man vermisst jedoch Dynamik, Innovationsfähigkeit und Wirtschaftskraft. Neustadt versteht sich offenbar selbst nicht als Wirtschaftsstandort.“

Verkehr Top, Digitalisierung Flop

Die klassische Infrastruktur ist ein Pluspunkt für Neustadt. Die Anbindung an das Fern-

straßennetz, das Angebot des ÖPNV und die Nähe zum Schienenfernverkehr werden von der Wirtschaft geschätzt.

Lediglich mit 3,6 und damit um 0,4 Punkte schlechter als der Durchschnittswert der kreisfreien Städte der Pfalz wird dagegen die Qualität der digitalen Infrastruktur benotet. „Auch wenn die Siedlungsstruktur Neustadts naturgemäß den zügigen, flächendeckenden Ausbau von Glasfaser und Mobilfunk erschwert“, so Rabold, „ist dieser Standortfaktor einer der wichtigsten für die Wirtschaft und digitale Leistungsfähigkeit der Netze ein großes Anliegen der Unternehmen.“

Wünsche an die Kommune

Als eher unterdurchschnittlich mit einer Gesamtbewertung von 3,4 wird die Arbeit der Wirtschaftsförderung bewertet. Bereits 2018 gab es hier im Hinblick auf ihre Qualität und Kompetenz nur die Note 3,2. Das kommunale Standortmarketing erzielt einen Wert von 3,6 und konnte sich damit im Vergleich zu 2018 nur leicht verbessern. Außerdem wurde und wird auch weiterhin die Arbeit der Verwaltung kritisch gesehen (3,6). „Das Zusammenspiel und die Kommunikation mit der Wirtschaft klappen in Neustadt nicht gut“, resümiert die IHK-Expertin. Auf der Wunschliste der Unternehmen stehe unter anderem, das kommunale Standortmarketing zu verbessern, die Reaktionsgeschwindigkeit zu erhöhen und digitale Serviceangebote zu etablieren. ■



Probleme mit den Rheinquerungen können Kommunen allein nicht lösen, alle müssen anpacken.

Nicole Rabold,
Leiterin Infrastruktur und
Digitale Wirtschaft, IHK Pfalz

Speyer: Starke emotionale Faktoren

Positive Standortfaktoren und ein besonderes Flair kennzeichnen die Domstadt laut den dort ansässigen Unternehmen: Gesamtnote 2,6 und damit Spitzengruppe. Ein Pfund, mit dem Speyer außerdem wuchern kann, ist die gute Verkehrsanbindung – solange sich Instandsetzungen im Rahmen halten.

Ein starker Konkurrent in der Metropolregion, so das Fazit der aktuellen IHK-Standortanalyse zu Speyer. Image, Flair und Lebensqualität beurteilen die befragten Unternehmen durchweg als außergewöhnlich gut. „Die Strahlkraft der Speyerer Innenstadt ist unerreicht und führt im Vergleich der kreisfreien Städte der Pfalz zu Bestwerten bei der Zufriedenheit der Unternehmen“, so Nicole Rabold, Leiterin des IHK-Pfalz-Geschäftsbereichs Infrastruktur und Digitale Wirtschaft. „Die Unternehmen fühlen sich mit Speyer sehr verbunden. Nicht nur die Attraktivität der Stadt, auch Faktoren wie das Freizeitangebot und die Gesundheitsversorgung sind große Pluspunkte.“ Positiv bewertet wurde auch die räumliche Nähe zu Kunden und Zulieferern.

Mangel an Wohnraum und Fläche

Allerdings: Wo es sich gut leben und arbeiten lässt, wird Wohnraum knapp. Wie schon in der Vergangenheit wird der Mangel an verfügbaren Gewerbeflächen und bezahlbarem Wohnraum als echtes Manko angesehen.

Rabold: „Die Verfügbarkeit von Fachkräften wurde für Speyer mit 3,9, einem nicht zufriedenstellenden Wert, beurteilt, sie gehört hier wie auch in anderen Regionen zu den wichtigsten Themen der Wirtschaft.“

Handicap: lange Sanierungszeiten

Im Vergleich zur 2018er Umfrage ging die Zufriedenheit mit der Anbindung an das Fernstraßennetz, obwohl immer noch hoch, deut-

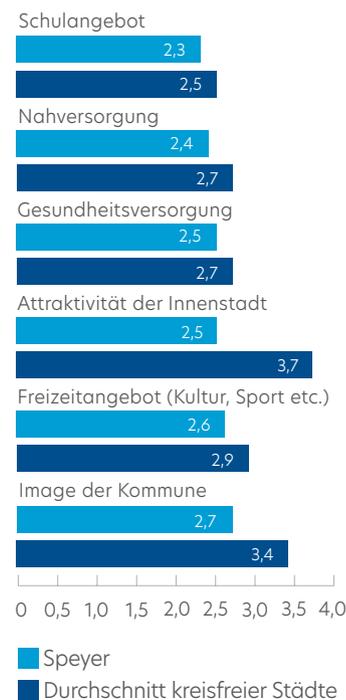
lich zurück: von 1,8 (2018) auf 2,3 (2022). Die Gründe: eine aufwendige Brückensanierung und ein unzureichendes Baustellenmanagement (Note 4,1). Die Sanierung der Salierbrücke mit der vielbefahrenen B39 begann Anfang 2019 und endete 2021 nach fast drei Jahren Bauzeit. Für die lokale Wirtschaft stellte diese Baustelle eine immense Belastung dar. Die Bauzeit verlängerte sich um acht Monate, da bei der Sanierung unerwartet Schadstoffe im Altbestand gefunden wurden. Die Stadt stellte einen Shuttle-Bus bereit, um Menschen vom angrenzenden Baden-Württemberg nach Speyer zu holen, und leistete damit einen wichtigen Beitrag, um die Situation zu entspannen.

„Die Salierbrücke ist wieder in Betrieb, wird aber in 25 Jahren ersetzt werden müssen, da sie dann nicht mehr repariert werden kann“, so Rabold. „Hier wie auch in Ludwigshafen zeigt sich, dass die Kommunen alleine diese Probleme nicht lösen können. Alle müssen mit anpacken, auch Länder und Bund.“

Förderung nicht adäquat

Leicht unterdurchschnittlich hat die Speyerer Wirtschaftsförderung abgeschnitten. „Von dieser Seite wünschen sich die Unternehmen mehr Unterstützung“, so die IHK-Pfalz-Expertin. „Auch das Engagement von Verwaltung und Kommunalpolitik hat in Speyer nur die Note 3,6 erhalten.“ Der Wert sei zwar im Vergleich mit den kreisfreien Städten okay, Potenzial allerdings noch ausreichend vorhanden. ■

Bestwerte weiche Standortfaktoren



TOP-Wünsche

... an Stadt und Wirtschaftsförderung

- Bessere Baustellenkoordination
- Nachvollziehbarkeit/Verlässlichkeit von Entscheidungen
- Schnelle Bearbeitung von Anliegen und Verfahren
- Reduzierung der kommunalen Steuern und Abgaben
- Offenes Ohr für Wirtschaftsfragen
- Kommunales Standortmarketing

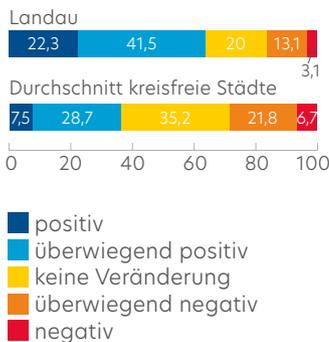


Landau schneidet in puncto Wirtschaftsfreundlichkeit gut ab, **darf sich aber nicht auf seinen Lorbeeren ausruhen.**

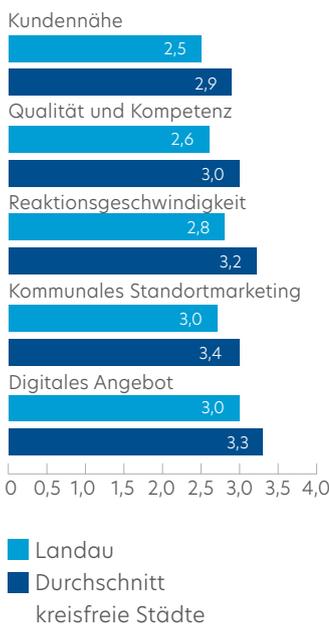
Thorsten Tschirner, Regionalleiter Südpfalz



Entwicklung der letzten 5 Jahre in %



Kommunale Wirtschaftsförderung



Landau: Mit eigenem Profil

Die südpfälzische Metropole mit rund 50.000 Einwohnern zählt mit einer Durchschnittsbewertung von 2,6 zu den besten Unternehmensstandorten in der Pfalz. Der Mix stimmt hier wie kaum in einer anderen Stadt: Pfälzer Lebenslust trifft Wirtschaftskraft.

Harte Faktoren wie die Anbindung ans Fernstraßennetz sowie die Erreichbarkeit von Kunden und Zulieferern werden ebenso positiv bewertet wie emotionale Faktoren. Heimat, Flair und Charme sind klare Pluspunkte und sorgen für Lebensqualität. „In Landau lebt es sich einfach gut“, so Nicole Rabold, Leiterin Infrastruktur und Digitale Wirtschaft der IHK Pfalz. „Die attraktive Innenstadt ist ein kleines, umtriebigen Zentrum fürs gesamte Umland.“

Innenstadt muss erreichbar sein

Was Unternehmen in der Analyse allerdings bemängeln, ist: Wie gelangt man in die City? Ihre Erreichbarkeit bekam lediglich die Note 2,8. „Derzeit wird in Landau nach Wegen in Richtung Verkehrswende gesucht, darunter darf nach Ansicht der Unternehmen aber keinesfalls die Erreichbarkeit der Innenstadt leiden“, erläutert Rabold. „Die Unternehmen wünschen sich, in die Verkehrsplanung einbezogen zu werden.“ Obwohl sich die Anbindung an den ÖPNV mit 2,8 und an den Schienenfernverkehr mit 2,6 gegenüber 2018 verbessert haben, wünschen sich die Unternehmen einen weiteren Ausbau und eine bessere Taktung.

Landau bietet vieles

Die digitale Infrastruktur schneidet auch in Landau nicht gut, sondern lediglich befriedigend (3,1) ab: „Hier besteht Ausbaubedarf.“ Dafür erzielte die Wein- und Studentenstadt

bei den weichen Standortfaktoren Höchstnoten. Betreuungsangebote für Kinder, Freizeitangebote und Gesundheitsversorgung schneiden mit guten Werten ab. „Das hilft Landau im Hinblick auf den Fachkräftemangel, der auch dort die Unternehmen umtreibt“, so die Expertin. „Die weichen Faktoren sind für die Wirtschaft zunehmend bedeutsam.“

Knapper und teurer Wohnraum

Wohnraum bleibt dagegen knapp in der Stadt, und die Lage hinsichtlich der Verfügbarkeit von Gewerbeflächen und -immobilien zeigt sich angespannt. Viele wünschen sich insbesondere mehr bezahlbaren Wohnraum, gerade für Familien. Das Angebot wird lediglich mit 3,6 bewertet und hat sich im Vergleich zur Note 3,8 im Jahr 2018 nur leicht verbessert.

Wirtschaftsförderung in Bestform

Als überdurchschnittlich und mit einer Gesamtbewertung von 2,8 (Vergleich kreisfreie Städte: 3,2) wird 2022 durchgängig die Arbeit der Wirtschaftsförderung bewertet. „Die Landauer Wirtschaftsförderer werden als umtriebig, präsent und ansprechbar wahrgenommen“, erklärt Rabold. Die Unternehmen schätzen Kundennähe, Reaktionsgeschwindigkeit sowie Qualität und Kompetenz der Leistungen. Verwaltung und Kommunalpolitik erzielen mit einer Gesamtbewertung von 3,2 ein ordentliches und im Vergleich der kreisfreien Städte der Pfalz überdurchschnittliches Ergebnis. ■

Pirmasens: Dynamik trotz schwerer Bürden

Am strukturschwachen Westrand des Pfälzerwaldes haben es Unternehmen traditionell nicht leicht. Dennoch spürt man in Pirmasens den Willen zum Aufbruch.

Mangelnde Verkehrsanbindung und ungünstiges Image – das sind die Schlagworte, die fallen, wenn von Pirmasens die Rede ist. „Umso bemerkenswerter ist es, dass nahezu die Hälfte aller Unternehmen dem Standort eine positive Entwicklung in den vergangenen fünf Jahren bescheinigt“, fasst Nicole Rabold zusammen. „Pirmasens vereint beides: rote Laternen und Bestwerte.“

Die IHK-Pfalz-Expertin findet den „Fall Pirmasens“ sehr spannend, denn obwohl vom Fernstraßennetz abgekoppelt durch den langwierigen Ausbau der B10, schneidet die kreisfreie Stadt im äußersten Westen mit einer Durchschnittsnote von 2,8 ab. Und damit nicht schlechter als andere in bevorzugter Verkehrslage. Das Warum beantwortet Rabold so: „Man ist echt umtriebig dort und hat Ideen, um den räumlichen Nachteil auszugleichen.“ Damit haben es die Pirmasenser auch geschafft, sich im Vergleich zur Bewertung 2018 erneut leicht zu verbessern.

Mängel: Infrastruktur und Fachkräfte

Die rote Laterne handelt sich Pirmasens mit der Anbindung an das Fernstraßennetz ein. Der schleppende Ausbau der B10 kappt

der Stadt ebenso ihre Lebensadern wie das unzureichende Angebot des öffentlichen Nahverkehrs und die fehlende Erreichbarkeit des Schienenfernverkehrs.

Rabold: „Besser schneidet der Standort bei der Qualität der digitalen Infrastruktur ab. Mit einem Wert von 3,0 gibt es zwar auch hier deutlichen Verbesserungsbedarf, aber von allen kreisfreien Städten erreicht Pirmasens damit den Bestwert.“ Außerdem: Fachkräfte werden in vielen Bereichen wie auch schon 2018 schmerzlich vermisst. Hier liegt eine große Herausforderung für alle Standorte – auch für Pirmasens. „Qualifizierte Kräfte herzulocken, fällt der Stadt vielleicht noch schwerer als anderen Regionen. Hier gilt es, Innenstadt-Defizite und Imageprobleme zu überwinden.“

Hoffnung dank Tatkraft

Die Arbeit von Verwaltung und Kommunalpolitik schneidet 2022 mit der Note 3,1 ab. „Auf den ersten Blick mag das nicht nach viel aussehen“, so Rabold. „Allerdings liegt die Note deutlich über dem Durchschnitt der kreisfreien Städte der Pfalz. Die Verwaltung sei für die Unternehmen erreichbar, habe ein offenes Ohr für ihre Anliegen. Die Bearbeitungsdauer der Verfahren und die Verlässlichkeit und Nachvollziehbarkeit der Entscheidungen werden ebenfalls als zufriedenstellend bewertet. Auch mit ihrer Wirtschaftsförderung sind die Unternehmen insgesamt einverstanden. Sie benoten sie mit einem Gesamtwert von 3,0 und damit ebenfalls überdurchschnittlich. Und das, obwohl Pirmasens für kommunale Aufgaben weniger Geld hat als manche finanzkräftigere Schwester in der Rheinschiene.“

Sicheres Zuhause

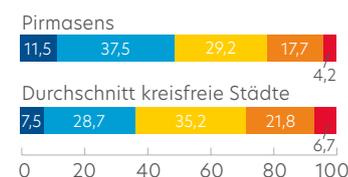
Als Fazit lässt sich zusammenfassen: Im Westen fehlt es an Fachkräften und an ärztlicher Versorgung, weniger an Flächen und bezahlbarem Wohnraum. Pirmasens kann nicht durch sein Image überzeugen, das mit einer Bewertung von 3,7 vergleichsweise schlecht dasteht. Trotzdem: Man fühlt sich zu Hause und sicher in der Stadt und schätzt ihre Familienfreundlichkeit. ■

”

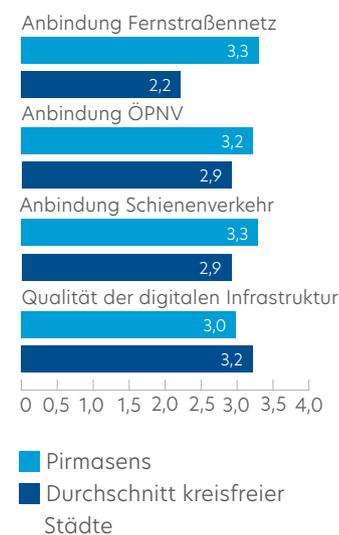
Die Pirmasenser **machen trotz schlechter Startchancen einiges richtig**, sie lassen sich einfach etwas einfallen.

Jonas Klein, Regionalleiter Südwestpfalz, IHK Pfalz

Entwicklung der letzten 5 Jahre in %



Infrastruktur

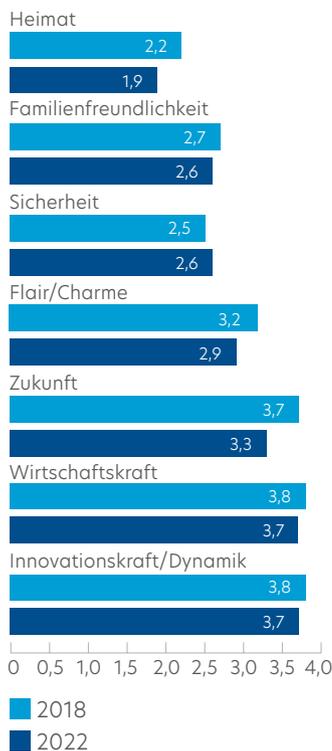




Auch wenn Zweibrücken auf die Heimatverbundenheit seiner Unternehmen bauen kann, **müssen sich Dynamik und Wirtschaftskraft des Standorts verbessern.**

Jonas Klein, Regionalleiter
Südwestpfalz, IHK Pfalz

Emotionale Faktoren



TOP-Wünsche

... an Stadt und Wirtschaftsförderung

- Bessere Baustellenkoordination
- Nachvollziehbarkeit/Verlässlichkeit von Entscheidungen
- Schnelle Bearbeitung von Anliegen und Verfahren
- Reduzierung der kommunalen Steuern und Abgaben
- Mehr digitale Angebote

Zweibrücken: Tendenziell positiv

Leicht verbessert gegenüber 2018 hat sich die Standorteinschätzung für die Rosenstadt Zweibrücken: Gesamtnote 2,8. Das Mittelzentrum im Südwesten ist geliebte Heimat, Wirtschaftskraft und Dynamik sind wenig ausgeprägt.



Die gute Nachricht: Zweibrücken als Wirtschaftsstandort konnte den Abwärtstrend der vergangenen Jahre stoppen. Man lebt gut und gerne in der Stadt und fühlt sich hier vor allem zu Hause. Die Stadt punktet mit Faktoren, die zur Lebensqualität beitragen. „Man schätzt besonders den Pfälzerwald vor der Tür sowie die vielfältigen Freizeitangebote“, fasst Nicole Rabold, Leiterin Infrastruktur und Digitale Wirtschaft der IHK Pfalz, zusammen. Bezahlbarer Wohnraum ist verfügbar, die Nahversorgung stimmt, das Schulangebot und die Möglichkeiten der Kinderbetreuung schneiden mit guten Werten ab.

ÖPNV muss sich verbessern

Trotz der Randlage ist Zweibrücken dank des guten Fernstraßennetzes nicht abgehängt: Es verbindet den Standort mit der Außenwelt und sichert die Erreichbarkeit von Kunden und Zulieferern. „Vermisst werden jedoch weiterhin ein attraktives ÖPNV-Angebot und die Anbindung an den Schienenfernverkehr, der für die Unternehmen keine zufriedenstellende Alternative darstellt“, so Rabold. „Gerade, wenn man in Richtung Verkehrswende denkt, fehlen komfortable Angebote im öffentlichen Nahverkehr, auch wenn das in ländlichen Strukturen schwierig umsetz-

bar ist.“ Und auch in Zweibrücken: Die befragten Unternehmen kritisieren mit einer Bewertung von 4,0 die fehlende Baustellenkoordination und fordern Nachbesserung.

Digital noch Handlungsbedarf

Als bedeutend bewerten die Unternehmen den Standortfaktor Qualität der digitalen Infrastruktur. Die Zufriedenheit mit Breitband und Mobilfunk wird mit 3,2 benotet – ein Wert, der zwar im Schnitt der kreisfreien Städte der Pfalz liegt, aber Verbesserungsbedarf aufzeigt. Rabold: „Die digitale Anbindung muss im Jahr 2022 ganz einfach funktionieren, sowohl in Ballungsgebieten als auch im ländlichen Raum.“

Offenes Ohr wird vermisst

Verwaltung und Wirtschaftsförderung schneiden mit Gesamtwerten von 3,6 und 3,3 weiterhin leicht unterdurchschnittlich ab. Schon 2018 wurde die Arbeit der Verwaltung als schwach eingeschätzt. Die Unternehmen wünschen sich vor allem nachvollziehbarere und verlässlichere Entscheidungen, schnellere Bearbeitung von Anträgen und ein Online-Angebot. Viele Stimmen aus der Wirtschaft wünschen sich hierfür einen echten Aufbruch und ein Verlassen der Komfortzone. ■

Kaiserslautern: Luft nach oben

Die Universitäts- und Industriestadt am nordwestlichen Rand des Pfälzerwalds gibt trotz ihrer Lage Grund zur Hoffnung. Die Bezeichnung Silicon Woods analog zu Silicon Valley hat sich zwar noch nicht durchgesetzt, doch die Lautrer sind auf dem Weg.

Insgesamt schneidet Kaiserslautern in der aktuellen Standortanalyse mit einem befriedigenden Wert von 2,8 ab. „Allerdings besteht auch Einigkeit darüber, dass zahlreiche Chancen darauf warten, Realität zu werden“, so IHK-Pfalz-Expertin Nicole Rabold. Impulse kommen vor allem aus der Universität und deren innovativem Umfeld, Potenziale warten auf ihre Hebung. Die Nordwestpfälzer punkten außerdem mit der Lage und mit Kundennähe. Die Unternehmen schätzen die gute Anbindung an das Fernstraßennetz und die Möglichkeit, den Schienenfernverkehr zu erreichen.

Digital nur befriedigend

Bei der als Standortfaktor besonders bedeutsamen Qualität der digitalen Infrastruktur erzielt Kaiserslautern dagegen ein nur befriedigendes Ergebnis (3,1). Hier besteht weiter Handlungsbedarf, ebenso wie beim Angebot des ÖPNV, der aus Sicht der Unternehmen die Gewerbegebiete verkehrstechnisch mehr in den Blick nehmen sollte.

Außerdem: Lautrer Unternehmen sind äußerst heimatverbunden und regional verwurzelt, emotionale Faktoren spielen auch dort eine enorme Rolle. Auch 2018 verbanden die Betriebe vor allem das Gefühl der Heimat mit Kaiserslautern. „Trotzdem hat die Kommune auch aktuell mit einem schwierigen Image zu kämpfen“, so Rabold, „vor allem die Entwicklung rund um die Innenstadt macht den Unternehmen Sorgen.“

Problemfall Innenstadt

Nach Ansicht der ortsansässigen Unternehmen erzielen die weichen Standortfaktoren vor allem bei den Arbeitskräften eine harte Bedeutsamkeit. Nicht befriedigend: kaum verfügbare Arbeitskräfte, insbesondere mit Berufserfahrung. Um aber Fachkräfte zu werben und zu halten, braucht es ein attraktives Umfeld. Das Image wird nur mit 3,6 bewertet und die Attraktivität der Innenstadt lediglich mit 3,8. Leerstände, Problemimmobilien und Kriminalitätsschwerpunkte trüben das Bild. Rabold: „Viele Unternehmen wünschen sich konkrete Initiativen, um dem Trading-Down-Prozess und dem spürbaren Mangel an Wohnraum entgegenzuwirken.“

Unzufrieden mit der Verwaltung

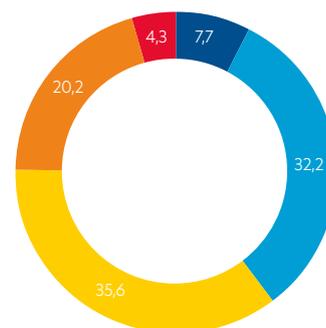
Grundlegend einverstanden sind die Unternehmen mit der kommunalen Wirtschaftsförderung. Allerdings wünschen sie sich auch hier ein stärkeres kommunales Standortmarketing. In Verwaltung und Kommunalpolitik werden etwa Terminvergabe und Reaktionsgeschwindigkeit bemängelt. Da Steuern und Abgaben in der Westpfalz hoch sind, haben die Betriebe eine entsprechende Erwartungshaltung. „Als problematisch beurteilen unsere Mitgliedsbetriebe außerdem die Koordination der Baustellen in und um Kaiserslautern“, fasst Rabold zusammen. „Sie hat mit 4,1 abgeschnitten, da muss dringend nachgearbeitet werden.“ ■



Stimmen aus der **Wirtschaft wünschen sich einen echten Aufbruch**, schnellere Terminvergabe und Bearbeitung von Anträgen.

Michael Schaum,
Regionalleiter Nordwestpfalz,
IHK Pfalz

Entwicklung der letzten 5 Jahre in %



- positiv
- überwiegend positiv
- keine Veränderung
- überwiegend negativ
- negativ

TOP-Wünsche

... an Stadt und Wirtschaftsförderung

- Bessere Baustellenkoordination
- Reduzierung der kommunalen Steuern und Abgaben
- Schnelle Bearbeitung von Anliegen und Verfahren
- Nachvollziehbarkeit/Verlässlichkeit von Entscheidungen
- Offenes Ohr für Wirtschaftsfragen



Erich Menke GmbH & Co. KG

Mutig in Richtung Zukunft

Das Zeitalter der fossilen Brennstoffe ist endlich. Der Mineralöllieferant Michael Menke aus Hettenleidelheim sieht der Zukunft dennoch entspannt entgegen. Er vertraut auf den Standort seines Unternehmens und den Ideenreichtum seiner Mitarbeiter.

Die Erich Menke GmbH & Co. KG ist ein Familienbetrieb. Erich Menke hatte das einstige Tanklager im Jahr 1978 von Rupprecht Fürst abgekauft und in den folgenden Jahrzehnten zu einem Diesel- und Heizöllieferanten für Speditionen, Bus- und Bauunternehmen, Landwirtschaft, Weinbau und Privathaushalte ausgebaut. Seit 2014 ist Michael Menke Teilhaber, seit 2016 alleiniger Geschäftsführer. Drei seiner vier Söhne sind bereits im Unternehmen tätig. „Die Nachfolge ist also geregelt“, freut sich Menke.

In den Standort seines Unternehmens in Hettenleidelheim direkt an der Autobahn A6 vertraut der Unternehmer. Deshalb hat er fünf Millionen Euro in den Bau eines neuen Bürogebäudes und 1,7 Millionen Euro für den Bau einer neuen Abfüllhalle für Tanklaster investiert. Das Tanklager sei aus den 70er Jahren gewesen und altersmäßig an seine Grenzen gestoßen. „Da haben wir uns entschlossen, noch einmal Geld hineinzustecken, und in die nächsten 10 bis 15 Jahre zu investieren“, sagt Menke. Für diese Zeitspanne rechnet er damit, dass seine Kunden noch Mineralölprodukte brauchen werden. Das Tanklager wird in diesen Tagen fertig.

Neu am Markt orientieren

Das alte Bürogebäude sei in den 80er Jahren entstanden und immer wieder angebaut worden. Menke hat sich für ein komplett neues Gebäude entschieden, das einerseits den derzeitigen Ansprüchen gerecht wird – beispielsweise bietet das Unternehmen Schulungen für Gefahrguttransporteure an. Und andererseits soll mit dem neuen Gebäude auch die Umstrukturierung des Unternehmens möglich gemacht werden. „Fossile Brennstoffe sind endlich, wir wollen unser Geld und unsere Zeit jetzt nutzen, um uns am Markt neu zu orientieren“, sagt Menke.

Der Geschäftsführer hofft darauf, in einigen Jahren Dienstleistungen anbieten



zu können, die er bereits in seinem Unternehmen etabliert hat. „Wir machen alles selbst“, sagt er. Von der Buchhaltung über den Datenschutz bis hin zur Serveradministration. Seine Mitarbeiter seien jung, zwischen 20 und 35 Jahre alt. „Die möchten gerne noch in den nächsten 30 Jahren hier arbeiten“, sagt er.

Die Nachfrage nach Mineralöl – Menke bietet Heizöl, Kraft- und Schmierstoffe an – sei in diesen Tagen so hoch wie in den Jahren zuvor. Das werde sich seiner Einschätzung nach auch in den kommenden fünf bis sieben Jahren nicht ändern. Nur die Preisstände seien wegen des Krieges in der Ukraine derzeit so hoch wie lange nicht mehr. „Wann das endet, das können auch wir nicht abschätzen“, sagt Menke.

Wegen des Krieges herrscht laut Menke zurzeit noch keine Knappheit an Öl. Aber: „Man muss sich sehr gut in der Branche auskennen, um lieferfähig zu bleiben.“ Und man brauche genug Personal und „schlaue Köpfe“, die die Brenn- und Kraftstoffe einkaufen. Die Beschaffung von Heizöl und Dieselkraftstoff, so berichtet der Geschäftsführer, müsse man sich vorstellen wie an einer Börse: Seine Mitarbeiter hängen sich morgens ans Telefon und kaufen je nach Preis und Kreditrahmen im Stundentakt Ware ein – so

viel, dass der Bedarf von Menkes Kunden abgedeckt ist. Währenddessen brechen die 14 Tankzüge und zwei Stückgut-Lkw auf, um die Ware an den Großtanklagern und Raffinerien abzuholen.

Immer mehr Unwägbarkeiten

Den Anstieg des Ölpreises habe er sofort an seine Kunden weitergeben müssen, bedauert der Unternehmer. Vor allem seine Gewerbekunden hätten leider keine Wahl: Sie müssten Diesel kaufen, egal zu welchem Preis. „Bei ihnen bleibt es am Ende hängen. Aber auch sie werden es an die Verbraucher weitergeben müssen“, sagt Menke.

Für die Zukunft rechnet der Geschäftsführer damit, dass es immer mehr Unwägbarkeiten gibt, worauf sie sich als Unternehmen einstellen müssen. „Erst in der Krise zeigt sich, wie gut man ist“, sagt der Geschäftsführer. Er geht fest davon aus, dass sein Unternehmen auch in 30 Jahren noch existieren und Geld verdienen wird. „Auch wenn uns solche Ereignisse wie der Krieg zweifeln lassen, wollen wir mutig in die Zukunft blicken und darauf vertrauen, dass uns im richtigen Moment immer das Richtige einfällt.“ ■ (mek)

 www.menke-mineraloele.de



« Vanessa Kasper taucht mit der Datenbrille virtuell in eine 3D-Computersimulation ein.

Mit Modellen in **moderne Logistik** eintauchen

Die Hochschule Kaiserslautern engagiert sich in bester universitärer Tradition in Forschung und Lehre. Sozusagen als dritte Mission geht es in ihrem Fachbereich Angewandte Logistik- und Polymerwissenschaften darüber hinaus um den Transfer von State-of-the-Art-Technologien in die Wirtschaft.

Von den 700 Studierenden am Campus Pirmasens sind 130 im Studiengang Logistik eingeschrieben. Auf dem Semesterplan der angehenden Bachelors of Engineering stehen Kurse in Transportlogistik, Prozess- und Schnittstellengestaltung, aber auch in Intralogistik, die sich mit Material- und Warenflüssen innerhalb von Betriebsarealen beschäftigt.

Gerade dort sieht Prof. Dr.-Ing. Alexander Lavrov hohe Potenziale für KI- (Künstliche Intelligenz)-Anwendungen, die überdies dank massiv gesteigerter Rechen- und Speicherkapazitäten auch für kleinere Unternehmen realisierbar sind. Als Beispiel nennt der Professor für Informations- und Kommunikationstechnik kollaborierende Roboter: „CoBots können in Verbindung mit KI-Methoden wie Farb- und Mustererkennung 24/7 zu präziseren und effizienteren Prozessen führen – also zu handfesten Wettbewerbsvorteilen.“



« Jürgen Edel demonstriert die Funktionen eines 6-Achs-Industrie-Roboters.

Den Anschluss nicht verpassen

„Stets auf dem Laufenden bleiben, um wenigstens vorbereitet zu sein auf die anstehenden weitgreifenden

Umstellungen, an denen man irgendwann nicht vorbeikommen wird“, lautet sein Rat an die Entscheider mit Blick auf immer kürzer werdende Innovationszyklen. Vor diesem Hintergrund arbeitet sein Institut eng mit der Wirtschaft zusammen und offeriert Technologie- bzw. Wissens-Transfers. Davon zeugen viele branchenübergreifende Kooperationen wie etwa solche im Rahmen der Offenen Digitalisierungsallianz Pfalz.

Prozesse und deren Programmierung greifbar machen

Exemplarisch dafür ist das Angebot an Unternehmen, die vorhandenen computerbasierten Simulationen zu nutzen. Dazu zählt unter anderem auch ein primär für studentische Zwecke entwickeltes physisches Materialflussmodell auf der Basis von „fischertechnik“. Es bildet ein typisches Distributionszentrum ab,

wie man es aus dem Versandhandel oder dem Automotive-Bereich kennt. An fünf Stationen wird im Kleinen eingelagert, gepickt, zum Auftrag kommissioniert und über eine puffernde Staustrecke an den Versand übergeben, inklusive Verladung in Lkw und Bahnwaggons.

Die über die Jahre gewachsene Anlage enthält unter anderem Pick-Szenarien mit Cobots, die sich per C++ oder Python programmieren lassen, das KI-basierte Erkennen von Farben und Mustern ist über Kameramodule nachgebildet, wie sie für die Prozessautomatisierung eingesetzt werden. An einem separaten Terminal kann man mit einer Datenbrille virtuell in die 3D-Computersimulation eintauchen. „Damit können komplette Fabriken bis ins Detail hinein geplant oder auch Produktions- und Logistikprozesse granular optimiert werden“, so Lavrov. ■ (ab)



Medienagenten Stange & Ziegler oHG

Ein Hauch von **Silicon Valley**

Sie sind mit dem Thema Weinmarketing überregional und über die Branche hinaus bekannt geworden: die Medienagenten aus Bad Dürkheim. In den mittlerweile gut 20 Jahren seit der Gründung haben sich Kundenstruktur und Einsatzgebiete der Marketingspezialisten aber – durchaus gewollt – stark verändert.

„Inzwischen kommen 60 Prozent unserer Kunden – 200 an der Zahl – aus dem Weingutsbereich, 30 Prozent sind Familienunternehmen beziehungsweise inhabergeführte Mittelständler aus anderen Branchen, zehn Prozent sind Non-Profit-Organisationen oder Unternehmen aus dem Gesundheitsbereich“, berichtet Mitgründer und Geschäftsführer Jochen Stange.

Nach wie vor gehört dem Thema Wein die große Leidenschaft des Medienagenten-Teams. Während man sich anfangs eher mit dem üblichen Geschäft von Marketingstrategien, Werbe- und Social-Media-Maßnahmen und aufmerksamkeitsstarkem Flaschenetikett befasste, ist die Arbeit heute viel umfassender angelegt, mit dem Fokus auf Konzept, Kommunikation, Strategie, Beratung. „Es geht uns um die komplette Begleitung eines Weingutes und seiner Produkte, inklusive der Hinterfragung des Portfolios, dem Abgleich mit dem Rebsortenspiegel und der Abstimmung auf entsprechende Zielmärkte“, sagt Christoph Ziegler, der die Medienagenten im Jahr 2001 gemeinsam mit Stange und dem 2018 ausgeschiedenen Dirk Paulus aus der Taufe gehoben hat.

Unternehmen ganzheitlich darstellen

Nicht nur hier wird sich tatkräftig und kreativ eingemischt, auch in anderen Bereichen haben sich die Aktivitäten der Agentur in ganz neue Richtungen ausgedehnt und weiterentwickelt. „Am Anfang stand bei uns mal die Idee, nur digitale Medien – Websites, CD-ROMs – zu machen, also eigentlich nur die Technik. Die Inhalte kamen von den Kunden, wir haben programmiert“, erzählt Stange, dessen Lieblingskind die familiengeführten Unternehmen sind, über die sich die spannendsten, weil emotionalsten Geschichten erzählen lassen. Heute sei die Webpräsenz die komplette Kommunikation: Jeder Auftritt, ob Homepage, Social Media, Anzeigen oder Online-



⬆ Erzählt am liebsten emotionale Geschichten von familiengeführten Unternehmen: Das Team der Medienagenten ist auf das Thema Weinmarketing spezialisiert.

Shop – alles muss sich perfekt ergänzen und das Unternehmen ganzheitlich in seinem Kern darstellen.

Häufig will ein neuer Agenturkunde nur ein neues Corporate Design, ein neues Logo, einen neuen Shop oder eine neue Website, bekommt dann aber alles neu, ganzheitlich eben. „Wir gehen erst mal einen Schritt zurück und schauen mit dem Kunden: Wo sehe ich mich, welche Zielgruppe will ich überhaupt bedienen und welche Botschaften muss ich dazu transportieren? Happy sind wir erst, wenn nachher alles bis hin zu den persönlichen Mailadressen eine runde Sache ist“, so Ziegler.

Überhaupt hätten sich im digitalen Bereich die Schwerpunkte komplett geändert. Websites sind bei Weitem nicht



mehr der einzige und wichtigste eingesetzte Kommunikationskanal. „Heute verbringen die Leute keine drei Minuten mehr auf einer Website. Man muss viel kompakter und stringenter vorgehen und viel mehr Plattformen gleichzeitig bespielen, von Google-Business-Einträgen über Social Media und YouTube bis Newsletter. Das muss alles ineinandergreifen, um alle unterschiedlichen Zielgruppen zu erreichen – oder die einzige Zielgruppe, die sich aber auf unterschiedlichsten Plattformen tummelt“, so



◀ Anzeigen und Marketing: Bei den Medienagenten dreht sich vieles um den Wein.

Stange weiter. Zentral sei die Erkenntnis, dass Internet-User nicht mehr nur die Homepage des Produzenten eines Produktes suchen, sondern Fotos dazu auf Pinterest, ein Testergebnis auf einer anderen Seite und Kundenbewertungen nochmal woanders.

ein VW-Autohaus Kundenbewertungen plakativ in einem Banner auf seiner Homepage abbilden – vollautomatisch und in Echtzeit upgedatet. Das klingt unkompliziert, erfordert aber das permanente Anzapfen unterschiedlichster Datenquellen, das Management zahlreicher Schnittstellen und ist eine echte Herausforderung für Programmierer“, ist Stange stolz.

Bei rund 5.000 mitmachenden Autohäusern läuft das Tool entweder schon oder steht in den Startlöchern. „Der Erfolg hat uns selbst fast ein bisschen überrascht – VW will das Angebot nun auf seinen Nutzfahrzeuge-Bereich ausdehnen und Audi kommt ebenfalls hinzu.“ Letztendlich sei das Thema für alle größeren Filial-Unternehmen interessant, glaubt er. ■ (kh)

 www.medienagenten.de



Kundenbewertungen in Echtzeit

Aber tatsächlich werden auch Global Player von den Dürkheimern betreut. „2021 haben wir gemeinsam mit einem Partnerunternehmen aus Frankfurt ein innovatives Customer-Experience-Tool für VW entwickelt und programmiert. Dahinter steht die Erkenntnis, dass Kundenbewertungen den Umsatz deutlich ankurbeln können, wenn man es richtig anstellt. Mit unserem Tool kann

JETZT BEWERBEN

Gründerwettbewerb „Pioniergeist 2022“ gestartet

Pioniergeister gesucht: Existenzgründerinnen und -gründer, die sich während der vergangenen fünf Jahre selbstständig gemacht haben, ein Unternehmen übernommen haben oder in diesem Jahr gründen werden, können sich ab sofort bis zum 15. August bei der Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (ISB) für den Gründerpreis „Pioniergeist 2022“ bewerben. Der Preis für das beste Gründungskonzept ist mit 15.000 Euro dotiert, der Zweit- und der Drittplatzierte erhalten 10.000 Euro beziehungsweise 5.000 Euro. Darüber hinaus vergeben die Business Angels Rheinland-Pfalz wieder einen Sonderpreis in Höhe von 5.000 Euro. ■



Neue regionale Wirtschaftsförderung startet

Ab sofort startet mit der Förderperiode 2022-2027 die neue regionale Wirtschaftsförderung in Rheinland-Pfalz. Das hat Wirtschaftsministerin Daniela Schmitt mitgeteilt. Damit erhalten mehr Regionen und somit mehr Unternehmen die Möglichkeit zur Förderung. Rund 30 Millionen Euro stehen im Haushaltsjahr 2022 für neue Vorhaben bereit. Anträge können ab sofort bei der ISB gestellt werden.

Die Zahl der Fördergebiete steigt von zehn in der vergangenen auf nun 17 Regionen in der aktuellen Förderperiode. Die sieben neuen Regionen sind: die Landkreise Ahrweiler, Kusel, Vulkaneifel, Bernkastel-Wittlich, Rhein-Hunsrück-Kreis sowie die Städte Worms und Trier. ■

SUCCESS: Vorsprung durch Innovation

Der Innovationswettbewerb SUCCESS geht in die nächste Runde: Ab sofort können sich kleine und mittlere Unternehmen aus Rheinland-Pfalz, die neue Produkte, Produktionsprozesse, technologieorientierte Dienstleistungen oder anspruchsvolle IT-Vorhaben für technische Anwendungen entwickelt haben und damit erfolgreich sind, wieder bei der Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (ISB) für die SUCCESS-Technologieprämien bewerben. Besonders zukunftsweisende Ideen und innovative Produkte werden am 11. Oktober im feierlichen Rahmen mit Einzelprämien von bis zu 15.000 Euro gewürdigt und der Öffentlichkeit vorgestellt. Zudem wird in diesem Jahr eine ebenfalls mit 15.000 Euro dotierte Sonderprämie zum Thema „Innovative Technologien für den Klimaschutz“ vergeben. Die Bewerbungsfrist endet am 31. Juli. ■

 www.pioniergeist-rlp.de

 www.isb.rlp.de

 www.success-rlp.de

RÖDER Finanz-Konzepte

Überblick im Versicherungsdschungel

Bernhard Röder hat seit der ersten Minute in seinem Berufsleben gerne mit Kunden zu tun. Und das ist bis heute so geblieben. Der ausgebildete Versicherungskaufmann und studierte Versicherungsfachwirt berät bereits seit 15 Jahren als unabhängiger Makler von Freinsheim aus Privat- und Firmenkunden in ganz Deutschland und firmiert nun um.

„Ich sitze im gleichen Boot wie der Kunde“, sagt Bernhard Röder, Inhaber von Röder Finanz-Konzepte. Als unabhängiger Versicherungsberater versuche er, seinen Kunden einen Überblick im undurchsichtigen deutschen Versicherungsdschungel zu verschaffen und das beste Angebot zu finden. „Das ist bei über 400 Versicherungsgesellschaften nicht einfach“, sagt Röder. Doch ihm gelinge es schon seit vielen Jahren. „Ein Großteil meiner Kunden kommt aufgrund einer Empfehlung, weil sie von unserer guten Beratung gehört haben“, sagt Röder stolz. Wenn Röder „wir“ sagt, dann meint er sich, zwei Mitarbeiterinnen im Backoffice und einen selbstständigen Kooperationspartner, der die Kunden in Vermögens- und Finanzierungsfragen berät.



Im Jahr 2007, nachdem Röder 25 Jahre lang für ein großes Versicherungsunternehmen tätig gewesen war, fängt er wieder bei null an. Die Umstrukturierung des Konzerns will er damals nicht mitgehen. Er meldet sein eigenes Gewerbe an. In einem kleinen Büro in der Freinsheimer Bahnhofstraße fängt er an. Die Räume werden schnell zu klein und er zieht 2020 ein paar Häuser weiter in das sanierte historische Bahnhofsgebäude um.

Von hier aus, in den lichtdurchfluteten Räumen, berät er seine über 1.000 Kunden. Was ihn von anderen Versicherungsmaklern unterscheidet? „Vieles“, sagt Röder. Beispielsweise habe sein



Unternehmen eine weitreichende Digitalisierung umgesetzt. Die Kunden könnten über die Homepage Termine buchen. Diese seien sowohl telefonisch, als Online-Konferenzen, im Büro oder in den eigenen vier Wänden möglich. Hinzu kommt ein digitales Kundenverwaltungsprogramm, das Zeit und Papier spare. „Für den Kunden bedeutet das kurze Wege und schnelle Abläufe“, sagt Röder.

Ein weiterer Punkt, in dem Röder einen Vorteil sieht, ist seine Mitgliedschaft in einer beruflichen Genossenschaft, in der 4.000 weitere Makler aus ganz Deutschland organisiert sind. Die Genossenschaft bietet Weiterbildungen für Versicherungsmakler an und

stellt den Maklern eine Beratungs- und Abwicklungssoftware zur Verfügung, die die Tarife der 400 Versicherungsgesellschaften in Deutschland vergleicht und auswertet. „Das hilft, das passende Angebot für jeden Kunden zu finden“, sagt Röder.

Für die Zukunft will Röder nun die Weichen stellen. Bis zum Sommer plant er eine Umfirmierung. „Aus dem Einzelunternehmen wird dann Röder Versicherungsmakler GmbH & Co. KG. Aufgrund des Wachstums der vergangenen Jahre ist das der logische nächste Schritt, um Kontinuität und Stabilität des Unternehmens für die Kunden zu gewährleisten“, sagt Röder. Neben der Umfirmierung will der Versicherungsmakler in den nächsten Monaten außerdem das Kundenverwaltungssystem ausbauen und ein Dokumentenmanagementsystem integrieren, mit dessen Hilfe die Post zum Großteil automatisch verarbeitet und abgelegt werden kann. Sonst überrolle ihn bald eine Verwaltungswalune, fürchtet er. „Und die Zeit, die wir dadurch gewinnen, können wir unseren Kunden widmen“, so Röder. ■ (mek)

« Plant bereits die Umfirmierung zur GmbH: Bernhard Röder

 www.finanz-konzepte.net

Ring Maschinenbau GmbH

Global Player fest in familiärer Hand

Der Pandemie geschuldet, knallen im Sommer die Korken zwar erst einige Monate nach Erreichen der stolzen 100-Jahres-Marke in der Firmenhistorie. Dafür aber hat die Ring Group einen zweiten Grund zu feiern: Mit Jennifer Ring ist im Jubiläumsjahr bereits die vierte Generation in die Geschäftsführung eingetreten.

Am Anfang war der Schuh, heißt es oft bei Pirmasenser Traditionsbetrieben und so auch bei der Ring Group. Für die Schuhindustrie nämlich stellte Franz Hatzenbühler ab 1921 Maschinen und Werkzeuge her. Namensgebend war er noch immer, nachdem sein Neffe Robert Ring 1973 das Ruder übernahm und den Weg für Expertise und Ruf des Unternehmens rund ums Perforieren bereitete. Die Umfirmierung zur Ring Maschinenbau GmbH datiert auf 1985, als in dritter Generation Andreas Ring die Geschäftsführung antrat; sein Bruder Matthias folgte zwei Jahre später in gleicher Funktion.

In ihre Ägide fällt der Aufstieg des Familienunternehmens zum Global Player mit 350 Beschäftigten, davon 250 am Sitz in Pirmasens mit Filiale in Bühl. 15 Lehrplätze mit sechs Ausbildungsprofilen für technische und kaufmännische Bereiche bietet die Ring Group an. Die internationalen Tochterunternehmen sind dort, wo die Kunden produzieren – gut 70 Prozent davon Automobilzulieferer, aber auch Schuhproduzenten, Gerbereien, Textilfabriken und Papierhersteller aller Größenordnungen. Ring-Standorte gibt es gleich zwei in Brasilien,

außerdem in China, Italien, Mexiko, Polen, Rumänien und in den USA.

Das Unternehmen ist stets an den Belangen der Kunden orientiert. Das gilt gerade für das dominierende Segment Maschinenbau: Die Perforier-, Stanz-, Präge-, Gerberei- und Schuhmaschinen werden nicht nur aus einer Hand geplant, entwickelt, konstruiert und ausgeliefert, auch das Liefern von Werkzeugen, Service, Wartung und Schulungen gehören dazu.

Ebendiese Ganzheitlichkeit sieht Jennifer Ring als Erfolgsfaktor. Nach Ausbildung zur Bürokauffrau und betriebswirtschaftlichem Studium ist die 32-Jährige vor sieben Jahren eingestiegen. 2021 folgte in vierter Familiengeneration der Schritt in die Geschäftsführung. „Zu guter Letzt entscheidet aber immer die Qualität“, betont sie und verweist auf das Label ‚Made in Germany‘ mit seinem ungebrochen exzellenten Ruf. Die hohe Qualität ihrer Maschinen zeige sich regelmäßig bei Rückkäufen älterer Systeme zu Aufbereitung und Weiterverkauf, sagt Ring und schickt schmunzelnd hinter: „Im Grunde halten unsere Maschinen einfach viel zu lang.“

Bereits Ende 2019 seien die aus Asien kommenden ersten Auswirkungen der Corona-Krise zu spüren gewesen – mit seither immer wieder „schweren Störungen auf beiden Seiten der Wertschöpfungskette“, wie Ring die große Herausforderung beschreibt. Neben Engpässen in der Beschaffung sei dies auf Kundenseite vor allem der schnelle Wechsel vom extremen Herunterfahren zum steilen Wieder-

anfahren gewesen – angesichts eigener Engpässe durch die Kurzarbeit oder auch Quarantänen mit Ausfallquoten von bis zu rund 20 Prozent. Derzeit sind es die steigenden Energiepreise, die zu schaffen machen. Der Blick jedoch geht nach vorne: Schon bald wird am Hauptsitz eine neue große Produktionshalle gebaut. ■ (ab)

 www.ring-group.com

GEWINNER

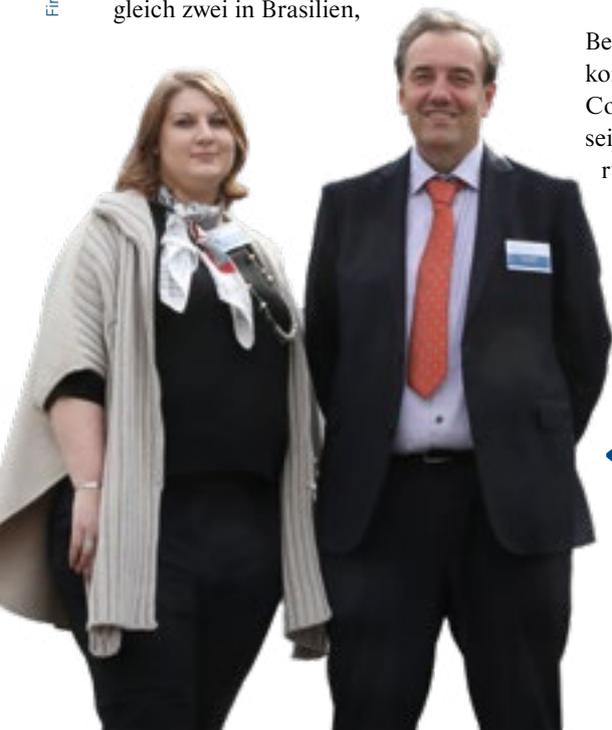
Zehn Innovationen aus dem ländlichen Raum ausgezeichnet

Wie viel digitale Innovationskraft steckt im ländlichen Raum? Um dies herauszufinden, haben „Deutschland – Land der Ideen“ und Deutsche Glasfaser zum Wettbewerb „Digitale Orte im Land der Ideen“ aufgerufen. Einer der zehn Preisträger ist „Traumjob Campus“. Das Start-up „Mein mutiger Weg“, über das wir in der Ausgabe des Wirtschafts magazins vom März/April 2020 ausführlich berichtet haben, unterstützt mit dem „Traumjob Campus“ junge Menschen im ländlichen Raum, sich mit der Gestaltung ihrer beruflichen Zukunft aktiv zu befassen.

Generell war die Resonanz auf den Wettbewerb groß: Aus über 200 Einreichungen wählte die unabhängige Jury unter der Leitung von Daniela Kluckert, Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesminister für Digitales und Verkehr, die zehn Preisträger aus. ■



« Geschäftsführung in dritter und vierter Generation: Jennifer und Andreas Ring





Entscheidung über ABRISS NEUBAU & VERTAGT, Planung geht weiter

Abriss und Neubau des IHK-Hauptgebäudes am Ludwigsplatz haben die amtierende Vollversammlung auch bei ihrer letzten Sitzung Ende Mai intensiv beschäftigt. Nach eingehender Diskussion stand schließlich fest: Die Entscheidung über die Vergabe der Abbruch- und Bauleistungen wird auf die Sitzung der Vollversammlung am 30. November 2022 verschoben.

als die Unterhaltskosten der beiden bestehenden IHK-Gebäude. In dem Neubau sollen sowohl die IHK Pfalz als auch ihr Weiterbildungszentrum untergebracht werden, das sich bislang in der Bahnhofstraße befindet.

Wirtschaftsministerin Schmitt stellt sich der Diskussion

Bei „Wirtschaft im Dialog“ sprach Landeswirtschaftsministerin Daniela Schmitt über die Antworten der rheinland-pfälzischen Wirtschaftspolitik in und auf Krisenzeiten. Sie plädierte dafür, Lehren aus der Vergangenheit zu ziehen – etwa beim billigen Erdgas aus Russland –, näher zusammenzurücken und dem Wertekanon von internationalen Handelspartnern mehr Beachtung zu schenken. Sie schloss mit einem Dank an die IHKs für den konstruktiven Dialog auch in schwierigen Zeiten und sagte über die gegenwärtigen Krisen: „Ich bin zuversichtlich, dass wir das gemeinsam schaffen können.“

Hintergrund ist ein hoher Anteil von Preisgleitklauseln statt des angestrebten Fixpreises, was zu erheblichen Preissteigerungen führen kann. Die Planungen bis zur Einreichung der Bauunterlagen werden jedoch weiter vorangetrieben, sodass das Gesamtprojekt im Zeitplan bleiben kann. Zum Jahresende wird es voraussichtlich eine höhere Kostensicherheit geben, da der Zeitraum bis zur Vergabe der einzelnen Bauleistungen kürzer wird. Der ursprünglich für Sommer geplante Umzug in die Interimsimmobilie am Rheinufer wird ebenfalls bis zur Entscheidung der Herbst-Vollversammlung verschoben.

Eine Studie hatte gezeigt, dass die Lebenszykluskosten für einen Neubau geringer sind

Die Unternehmer der Vollversammlung taten anschließend das, wofür sie von den Mitgliedsunternehmen gewählt worden sind: Sie schilderten ihre Situation und ihre Probleme eindringlich und nahmen die Ministerin in die Pflicht, wirtschaftsfreundliche Rahmenbedingungen zu schaffen – etwa bei Genehmigungsverfahren und Glasfaserausbau. Nach ihrer Meinung zur geplanten Erweiterung des Outlets in Zweibrücken befragt, betonte Schmitt, ihr sei es wichtig, die Stimmung vor Ort aufzugreifen. Sie habe einige positive Stimmen gehört. Dem widersprachen mehrere Unternehmerinnen und Unternehmer mit teils drastischen Beispielen für die Auswirkungen des Outlets. Sie mahnten Fairness an, zum Beispiel bei den Sonntagsöffnungen.



Die Mitglieder der Vollversammlung haben Wirtschaftsministerin Daniela Schmitt einige Kritikpunkte mit auf den Weg gegeben.

Weitere Diskussionspunkte waren mögliche Strompreisregulierungen und die mangelhafte Digitalisierung der öffentlichen Verwaltung. Zuletzt ging noch ein deutlicher Appell an die Ministerin: „Ändern Sie nicht die Spielregeln bei den Corona-Hilfen, wenn es zu Prüfungen und Schlussrechnungen kommt! Lassen Sie das Geld in den Unternehmen; es hat Existenzen gesichert.“ ■
(FuH)



Albrecht Hornbach als **Präsident** wiedergewählt

In ihrer konstituierenden Sitzung hat die neue Vollversammlung der IHK Pfalz Albrecht Hornbach einstimmig zum IHK-Präsidenten wiedergewählt. Außerdem wählte sie das achtköpfige Präsidium, in dem alle vier Teilregionen der Pfalz vertreten sind.

Das neue Präsidium besteht aus den Vizepräsidentinnen Jutta Metzler, Geschäftsführerin der G & M Systemtechnik GmbH, Kaiserslautern, und Martina Nighswonger, Geschäftsführende Gesellschafterin der GECEM GmbH & Co. KG, Kleinkarlbach, sowie den Vizepräsidenten Marco Feig, Geschäftsführender Gesellschafter der FEIG GmbH, Altdorf, Kai Landes, Vorsitzender des Vorstandes der Sparkasse Kaiserslautern, Dr. Uwe Liebelt, President European Site and Verbund Management und Werksleiter BASF Ludwigshafen, Eric Kunz, Geschäftsführung der Hotel-Restaurant Kunz GmbH & Co. KG, Pirmasens, sowie Thorsten Broich, Geschäftsführender Gesellschafter der ACS Deutschland GmbH, Speyer.

Fünf Personen waren schon in der vergangenen Wahlperiode Präsidiumsmitglieder, neu sind Erik Kunz und Thorsten Broich, der bis 2021 Landesvorsitzender der Wirtschaftsunioren Rheinland-Pfalz war. Die neue Vollversammlung besteht aus 85 direkt gewählten Mitgliedern. Sie entscheidet in den kommenden sechs Jahren über die Ausrichtung der IHK-Arbeit, den Haushalt und die Höhe der IHK-Beiträge. 38 Delegierte wurden erstmals in die Vollversammlung gewählt, darunter auch neun aktive Mitglieder der Wirtschaftsunioren.

Nach der konstituierenden Sitzung der neuen IHK-Vollver-

sammlung war Ministerpräsidentin Malu Dreyer zu Gast und stellte sich den Fragen der Unternehmerinnen und Unternehmer.

In Sachen Energieversorgung äußerte Hauptgeschäftsführer Dr. Tibor Müller die Sorge, dass beim Ausbau der erneuerbaren Energien, Stromtrassen und Pipelines in der konkreten Umsetzung immer wieder Bürgerinitiativen bremsen, sodass die Region schlimmstenfalls als Verlierer gegenüber dem Norden dasteht. Die Ministerpräsidentin verwies auf die Weiterentwicklung des Landesentwicklungsprogramms, durch die die Bauordnung geändert worden sei. Außerdem sei ein Treffen mit Hessen, dem Saarland, Baden-Württemberg und Bayern geplant wegen der Standortnachteile gegenüber dem Osten und Norden bei erneuerbaren Energien. Das Thema sei existenziell für den Süden. Sie versicherte: „Deutschland hat kein Interesse daran, den Süden abzuhängen.“

Bei der Frage, wann die Kommunen die finanziellen Mittel bekommen, um ihre Aufgaben zu erledigen, setzt Dreyer auf den neuen Kommunalen Finanzausgleich. Auch der Appell von Präsident Hornbach, dass Gewerbe Flächen benötigt, fand Gehör bei der Ministerpräsidentin. Sie bestätigte, mit dem Landesentwicklungsprogramm auch hier an entsprechenden Rahmenbedingungen zu arbeiten. ■ (FuH)



« Der alte und neue Präsident Albrecht Hornbach begrüßt Ministerpräsidentin Malu Dreyer in Ludwigshafen.

» Das neue IHK-Präsidium. Im Bild fehlt Eric Kunz.





„Viele Möglichkeiten und Vorteile für deutsche Unternehmen“

Vertreter der IHK Pfalz begrüßten im Frühjahr die britische Botschafterin in Deutschland, Jill Gallard, zu einem offenen Austausch über die Herausforderungen für deutsche Unternehmen im UK-Geschäft und die internationale Handelspolitik im Hinblick auf den Brexit. Im Interview spricht Gallard über die Auswirkungen von unterbrochenen Lieferketten, Inflation und über Vorteile für deutsche Unternehmen in Großbritannien.



Großbritannien ist einer der einfachsten Märkte, **um sich zu etablieren, zu vergrößern und zu wachsen.**

Jill Gallard,
britische Botschafterin
in Deutschland

Wo plant die britische Regierung Erleichterungen, um Bürokratie abzubauen und die Prozesse wie Produktzulassungen, Kennzeichnungspflichten oder Mitarbeiterentsendungen für Unternehmen zu vereinfachen?

Die Handelsbedingungen zwischen dem Vereinigten Königreich und der EU haben sich grundlegend geändert, so dass sich die Unternehmen auf die neuen Vorschriften einstellen mussten. Angesichts der Auswirkungen der Pandemie auf die Vorbereitungsmöglichkeiten der Unternehmen hat die britische Regierung einen flexiblen und pragmatischen Ansatz für die Einführung der neuen Vorschriften gewählt. Wir haben die Kontrollen, die

wir ursprünglich für Juli geplant hatten, nicht eingeführt. Die bereits eingeführten Kontrollen werden jedoch beibehalten.

Wir werden unser neues Konzept für die Verwaltung von Wareneinfuhren an der Grenze im Herbst veröffentlichen und das Ende des Jahres 2023 als überarbeiteten Einführungsstermin für unser Kontrollsystem anpeilen. Damit werden wir unser Versprechen einlösen, eine Grenze zu schaffen, die auf Innovation setzt und die Prozesse für Händler und Reisende vereinfacht.

Die Änderungen von Vorschriften auf britischer Seite seit dem Brexit, etwa für Geschäftsreisen von EU-Bürgern

oder für die Produktkennzeichnung, stellen deutsche Unternehmen vor Herausforderungen. Wie unterstützt das Vereinigte Königreich deutsche Unternehmen, um die Zusammenarbeit und auch den Handel voranzutreiben?

Mein Team in Deutschland arbeitet unermüdlich an der Vertiefung der Zusammenarbeit zwischen Großbritannien und Deutschland, etwa durch die aufeinanderfolgenden G7-Präsidentschaften des Vereinigten Königreichs und Deutschlands, die Umsetzung unserer Gemeinsamen Erklärung zur Außen- und Sicherheitspolitik, die unsere Außenminister letztes Jahr unterzeichnet haben, und die Wiederaufnahme des



jährlichen deutsch-britischen Kulturdialogs.

Zur Unterstützung des Handels ist das Department for International Trade (DIT), unsere internationale Wirtschaftsabteilung, zuständig. Durch die Bündelung von Fachwissen in den Bereichen Politik, Handelsförderung und Finanzen arbeitet das DIT mit Unternehmen und Partnern in ganz Deutschland zusammen, um ausländische Investitionen aus Deutschland in Großbritannien zu unterstützen und britische Exporte nach Deutschland zu erleichtern.

Als Teil eines weltweiten Expertennetzwerks verfügt das Team über gute Kontakte zu anderen britischen Regierungsstellen, und bietet maßgeschneiderte und vertrauliche Beratung und Unterstützung für Unternehmen. Das DIT-Team in Deutschland würde sich freuen, deutsche Unternehmen bei ihren Anfragen zum Handel mit dem Vereinigten Königreich zu unterstützen.

Das Vereinigte Königreich ist traditionell ein beliebter

Standort für Investoren. Seit Anfang des Jahres ist das Nationale Sicherheits- und Investitionsgesetz in Kraft getreten. Welche Vorteile bietet der Standort UK deutschen Investoren?

Im Jahr 2020 beliefen sich die Direktinvestitionen aus Deutschland in Großbritannien auf 106,6 Milliarden Pfund, 142,2 Prozent mehr als 2019. Es gibt viele Möglichkeiten und Vorteile für deutsche Investoren. Das Vereinigte Königreich ist eine offene, liberale Wirtschaft mit einem robusten, unternehmensfreundlichen regulatorischen Umfeld. Unsere Sprache, unser Rechtssystem, das Finanzierungsumfeld und der Mangel an Bürokratie machen Großbritannien zu einem der einfachsten Märkte, um sich zu etablieren, zu vergrößern und zu wachsen. Mit vier der 20 besten Universitäten der Welt verfügt das Vereinigte Königreich über eine hochqualifizierte und vielfältige Belegschaft.

Der Technologiesektor des Vereinigten Königreichs floriert und ist die Nummer eins in Europa bei den Investitionen. Ein Drittel der europäischen KI-Unternehmen und ein Viertel der europäischen Quantum-Unternehmen haben ihren Sitz in Großbritannien. Bislang hat das Vereinigte Königreich in diesem Jahr mehr Start-up-Finanzierungen bereitgestellt als jedes andere Land der Welt mit Ausnahme der USA.

In der aktuellen Wirtschaftsprognose rechnet der Internationale Währungsfonds für 2022 mit einem Wachstum der UK-Wirtschaft von nur noch 3,7 Prozent, etwa der Hälfte des Vorjahres. Gleichzeitig liegt die Inflationsrate im Mai bei 9,1 Prozent, so hoch wie seit 1982 nicht mehr.

Wie schätzen Sie die weitere wirtschaftliche Entwicklung für Großbritannien ein?

Die britische Wirtschaft hat sich von der Pandemie im Jahr 2021 gut erholt und ist um 7,4 Prozent gewachsen. Globale Faktoren, darunter die Unterbrechung der Lieferketten und die Ukraine-Krise, haben zu einer größeren Unsicherheit bei den internationalen Wirtschaftsaussichten beigetragen. Höhere globale Energie- und Rohstoffpreise sowie Engpässe in der Versorgungskette haben sich negativ auf die Aussichten für Großbritannien und viele andere Volkswirtschaften ausgewirkt, auch auf die Inflation. In seinem Bericht vom März rechnete das Office for Budget Responsibility damit, dass die Inflation gegen Ende 2022 ihren Höhepunkt erreichen würde. Natürlich konzentriert sich die unabhängige Bank of England auf Maßnahmen, um die Inflation mittelfristig auf unser 2-Prozent-Ziel zu senken.

Die oberste innenpolitische Priorität besteht darin, auf die Auswirkungen des Anstiegs der Lebenshaltungskosten auf die Haushalte zu reagieren, unter anderem durch die Bereitstellung von Unterstützung in Höhe von 37 Milliarden Pfund im Jahr 2022.

Die Regierung hat außerdem eine Reihe von Maßnahmen zur Förderung des Wachstums angekündigt, etwa durch Steuersenkungen und Produktivitätssteigerungen mit Schwerpunkt auf Innovation, Qualifikation und Infrastruktur. Zu den Maßnahmen gehören auch die Einrichtung der britischen Infrastrukturbank und Investitionen in Höhe von 20 Milliarden Pfund pro Jahr bis 2025 in Forschung und Entwicklung. ■

Department for International Trade (DIT) der Britischen Botschaft

DITGermany.Enquiries
@fcdo.gov.uk



IHK-Pfalz Kompetenzzentrum Großbritannien

 www.ihk.de/pfalz,
Nummer 4833178

Folgen Sie dem Kompetenzzentrum auf LinkedIn:



KONTAKT

Frank Panizza

0621 5904-1930
frank.panizza
@pfalz.ihk24.de



Rund 25 Unternehmerinnen und Unternehmer waren im Mai der Einladung der IHK Pfalz zur Neumitglieder-Veranstaltung gefolgt. Marco Feig, Geschäftsführer der Feig GmbH in Altdorf und Vizepräsident der IHK Pfalz, hatte hilfreiche Tipps sowie motivierende Worte zum Unternehmertum für die Jungunternehmer parat.

Er empfahl, die IHK Pfalz in Anspruch zu nehmen. Das Angebot an Dienstleistungen ist vielfältig und für Mitgliedsunternehmen kostenlos. In der lockeren Atmosphäre zeigte sich bald, dass die Zuhörer in diesem Stadium ihres Unternehmerlebens die IHK-Aufgaben Interessenvertretung und Ausbildung weniger interessant fanden als die konkreten Angebote zu Internet-Recht, Online-Handel, Haftungsfragen, Sprechtag mit Patentanwälten und anderen Experten sowie diverse Formate zum Vernetzen und Kontakte knüpfen. Im zweiten Teil der Veranstaltung stellten sieben

Gründer sich selbst sowie ihre Geschäftsidee in kurzen Interviews vor. Es sprachen Kirstin Dell von klassik3 in Landau, Kerstin Paaris von Rente & Mehr: Renten- und Sozialberatung in Bockenheim, Kemal Pyka von der ERGO Versicherungsgruppe in Römerberg, Stefanie Brüstle von Steffis Strumpf Paradies in Annweiler, Tanja Heinke vom Café Poco in Speyer, Rudi Seutemann von Seutemann T&E in Steinfeld sowie Annette Burkhardt von AB Consulting in Neuhofen.

Die nächste Neumitgliederveranstaltung findet am 17. November in Pirmasens statt. ■

Infos und Anmeldung unter:

 www.ihk.de/pfalz,
Nummer 5432734

oder per Mail an mitglieder.service@pfalz.ihk24.de

KONTAKT

Markus Acker

0621 5904-1216
markus.acker@pfalz.ihk24.de

Mike Sauerbrunn

0621 5904-1212
mike.sauerbrunn@pfalz.ihk24.de

IHK Pfalz zeichnet Gewinner von „Jugend gründet“ aus

Bereits im April hatte Mario Schweikert von Dr. Marius Melzer, Gründungsberater der IHK Pfalz, die Siegerurkunde für den Regio Cup Pfalz des bundesweiten Wettbewerbs „Jugend gründet“ überreicht bekommen. Im Juni überzeugte dann der Schüler des Neustadter Leibnitz-Gymnasiums beim Bundesfinale in Stuttgart. Schweikert hat die App „Vine Leaf Disease and AI“ entwickelt, die Rebkrankheiten mit

Hilfe von Smartphonebildern identifiziert. Der Schüler, der von seiner Mentorin Maria Theresa Licka unterstützt wurde, will mit der App die Möglichkeiten von Künstlicher Intelligenz nutzen, um den Pestizideinsatz im Weinbau zu reduzieren.

„Gründen steht leider nicht im Lehrplan der Schulen, daher ist es umso wertvoller, dass es diesen Wettbewerb gibt“, sagt Schweikert. Den Auftritt vor

der Jury fand er herausfordernd: „Es war ein sehr wichtiges und positives Ereignis und auch eine hervorragende Übung für uns. Wir bekamen sehr viel konstruktives Feedback und Verbesserungsideen.“ Zusätzlich wurde Schweikert im Finale für seine App mit



dem Sonderpreis Künstliche Intelligenz ausgezeichnet. Beim Finale pitchten die zehn besten Schülerteams deutschlandweit ihre innovativen Geschäftsideen.

Schweikert kann sich als Preis über eine geführte Rundreise durch das Start-up-Mekka Silicon Valley freuen. ■

Ehrenamtliche Prüfer gesucht

IHK-Prüferinnen und -Prüfer übernehmen mit dem Ehrenamt gesellschaftliche Verantwortung für die Unternehmen und deren Beschäftigte.

Erfüllen Sie eine der folgenden Anforderungen?

- Befähigung zum Richteramt
- eine abgeschlossene Be-

rufsausbildung

- zur/zum Immobilienkauffrau oder -mann,
- zur/zum Kauffrau oder -mann in der Grundstücks- und Wohnungswirtschaft
- einen anerkannten Abschluss Geprüfter Immobilienfachwirt oder -wirtin
- einen Hochschulabschluss

mit immobilienwirtschaftlichem Schwerpunkt oder

- langjährige Berufserfahrung im Bereich Wohnimmobilienverwaltung

Dann werden Sie doch ehrenamtliches Mitglied in einem unserer Prüfungsausschüsse. Bei Interesse melden Sie sich gerne bei uns. ■



KONTAKT

Veronika Pommer

0621 5904-2040
veronika.pommer@pfalz.ihk24.de

Digitalisierung in das Gesundheitswesen bringen



Die insight.out GmbH digitalisiert analoge „Pen & Paper“-Tests zur therapeutischen Diagnose. Die Geschäftsführer haben das Mittelstand-Digital Zentrum Kaiserslautern besucht, eines von mehreren regionalen Zentren, die das Ministerium für Wirtschaft und Klimaschutz ins Leben gerufen hat, um die KMU auf die Bedeutung von Industrie 4.0 aufmerksam zu machen.

Franca-Alexandra Rupprecht und Andreas Schneider sitzen von ihrem Laptop und zeigen einen digitalen Fragebogen. „Textbox“ heißt ihr Produkt. Damit sollen schriftliche „Pen & Paper“-Tests – herkömmliche Papierfragebögen zum Einsatz in der Diagnostik – digitalisiert werden. „Wie sehr litten Sie in den vergangenen zwei Wochen unter der Angst, etwas Falsches zu sagen oder zu tun?“, wird beispielsweise gefragt. Für Psychologen und Therapeuten sind solche Fragebögen wichtig, um eine erste Diagnose des Klienten oder Patienten erstellen zu können.

Die Tests werden bisher mit Stift und Papier analog durchgeführt. Damit das nicht so bleibt, haben Rupprecht und Schneider zusammen mit dem Psychologen Jan Spilski die insight.out GmbH gegründet.

Ziel des Unternehmens ist es, die herkömmlichen analogen Fragebögen zu digitalisieren und damit den Therapeuten etliche neue Daten und Möglichkeiten an die Hand zu geben.

Kennengelernt haben sich Rupprecht und Schneider am Lehrstuhl für Human Computer Interaction an der Technischen Universität Kaiserslautern. „Dort lag schon immer unser Augenmerk auf der Zusammenarbeit von Mensch und Maschine“, sagt Rupprecht.

Mehr Daten als auf Papier

Das Produkt geht mittlerweile weit über den reinen Test hinaus: „Die Testbox hat das Ziel, alle Beteiligten bei der digitalen Testdurchführung an einen Tisch zu holen“, meint Schneider. Das sind auf der einen Seite die Testentwickler

und -anbieter, auf der anderen Seite sind es die Ärzte, Kliniken, Therapeuten und schließlich auch die Klienten.

Durch die digitale Umsetzung entstehen auch Daten, die bei analoger Durchführung nicht erhoben werden könnten. So werden unter anderem Antwortmuster aufgedeckt, Therapeuten bekommen etwa mitgeteilt, wie lange ein Klient für eine Frage benötigt oder ob er oft zurückspringt. „Man kann Umentscheidun-

gen tracken, das sind sehr spannende Daten für Psychologen“, so Schneider.

Spärliche Digitalisierung

Die Zukunft hält für insight.out einiges bereit. Aktuell arbeiten 13 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für das Unternehmen, das Start-up ist auf Wachstumskurs. Jetzt gilt es, die Textbox in die Breite zu bringen. Doch gerade in der Medizinbranche ist noch viel an Überzeugungsarbeit nötig: Oft ist die digitale Ausstattung in der Praxis nur spärlich vorhanden. „Wir befinden uns in einem Markt, wo Digitalisierung noch nicht angekommen ist. Da ist auch viel Aufklärungsarbeit nötig“, sagt Rupprecht. ■



« Die insight.out-Geschäftsführer Franca-Alexandra Rupprecht und Andreas Schneider

Fotos: Mittelstand-Digital Zentrum Kaiserslautern / A. Sell Grafik: stock.adobe.com – starlineart

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

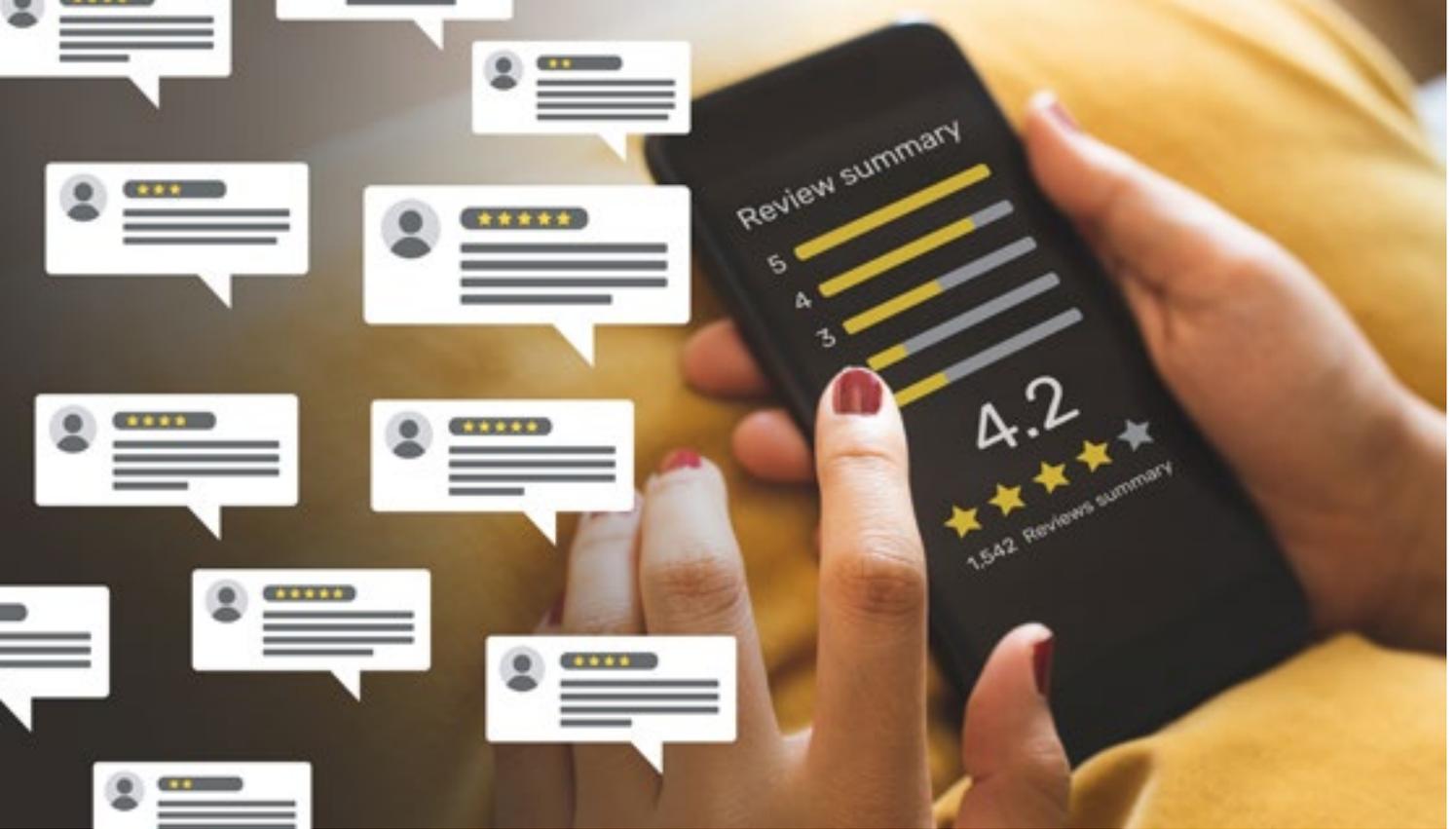
Weitere Infos unter
www.ihk.de/pfalz,
Nummer 26517

Verbraucherpreisindex für Deutschland



Jahr / Monat				Veränderungen in %	
2021	2022			Mai 2022	Mai 2022
Mai	März	April	Mai	April 2022	Mai 2021
108,7	115,3	116,2	117,3	+0,9	+7,9

Quelle: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden



Wichtige Änderungen der UWG-Novelle

Das novellierte Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) ist am 28. Mai in Kraft getreten. Erstmals wird ein Schadensersatzanspruch für Verbraucher und ein neuer Bußgeldtatbestand für grenzüberschreitende Wettbewerbsverstöße verankert. Neben neuen Unlauterkeitstatbeständen für den Online-Bereich, wie Rankings in Trefferlisten und Kundenbewertungen, werden auch Regelungen zum Influencer Marketing und zur sogenannten Dual Quality aufgenommen.

Die wichtigsten Änderungen im Überblick:

Schadensersatz für Verbraucher

Bisher standen Schadensersatzansprüche grundsätzlich nur Mitbewerbern oder Verbänden im Wege der Gewinnabschöpfung zu, nicht hingegen Verbrauchern. Der neue Schadensersatzanspruch für Verbraucher stellt einen Paradigmenwechsel in der Systematik des UWG dar. § 9 Abs. 2 UWG bestimmt, wer vorsätzlich oder fahrlässig eine nach § 3 UWG unzulässige geschäftliche Handlung vornimmt und hierdurch Verbraucher zu einer geschäftli-

chen Entscheidung veranlasst, die sie andernfalls nicht getroffen hätten, ist ihnen zum Ersatz des daraus entstehenden Schadens verpflichtet.

Die Beweislast dafür, ob überhaupt ein Schaden eingetreten ist, und dessen Höhe trägt der Verbraucher. Ob es Verbrauchern gelingt, den Eintritt eines Schadens bzw. dessen Höhe nachzuweisen, muss ernsthaft bezweifelt werden.

Irreführung bei Dual Quality

„Dual Quality“ bezeichnet die Vermarktung vermeintlich identischer Produkte in unterschiedlichen Mitgliedstaaten, die sich allerdings hinsichtlich

ihrer Qualität respektive ihrer Inhalte und Zusammensetzungen voneinander unterscheiden, vgl. § 5 Abs. 3 Nr. 2 UWG. Im Hinblick auf die Frage, was als identisch zu betrachten ist, ist dabei regelmäßig eine Einzelfallprüfung indiziert.

Klarstellung der Kennzeichnungspflichten bei Influencer Marketing

Die neuen Kennzeichnungspflichten sollen Influencern einen sicheren Rechtsrahmen bieten. Nach § 5a Abs. 4 S. 1 UWG handelt unlauter, wer den kommerziellen Zweck einer geschäftlichen Handlung nicht kenntlich macht, sofern

KONTAKT

Heiko Lenz

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

sich dieser nicht unmittelbar aus den Umständen ergibt, und das Nichtkenntlichmachen geeignet ist, den Verbraucher oder den sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

Ein kommerzieller Zweck liegt bei einer Handlung zugunsten eines fremden Unternehmens gemäß § 5a Abs. 4 S. 2 UWG nicht vor, wenn der Handelnde kein Entgelt oder keine ähnliche Gegenleistung vom fremden Unternehmen erhält oder sich versprechen lässt.

Offenlegung der Unternehmereigenschaft auf Online-Marktplätzen

Jeder Unternehmer ist verpflichtet, Informationen darüber bereitzustellen, ob ein Verkauf auf einem Online-Marktplatz als Unternehmer erfolgt, § 5b Abs. 1

Ziff. 6 UWG. Verbraucher sollen einschätzen können, ob es sich bei dem betreffenden Anbieter um einen Unternehmer handelt und folglich Verbraucherschutzrechte zur Anwendung kommen. Gegenstand der Informationspflicht des Marktplatzbetreibers ist die Selbsteinschätzung des Anbieters. Zur Überprüfung dessen Status ist der Marktplatzbetreiber nicht verpflichtet.

Informationspflichten beim Ranking

Eine gute Positionierung im Ranking bzw. eine gehobene Platzierung von Angeboten in den Ergebnissen einer Online-Suchanfrage haben erhebliche Auswirkungen auf die geschäftliche Entscheidung von Verbrauchern. Unternehmer, die Verbrauchern Online-Suchanfragen nach Waren/Dienstleistungen verschiedener Anbieter ermöglichen, müssen gemäß §

5b Abs. 2 UWG über die Hauptparameter für die Festlegung des Rankings und auch die Gewichtung dieser Parameter im Vergleich zu anderen Parametern informieren.

Informationspflichten bei Kundenbewertungen

Die neue Informationspflicht im Hinblick auf eine Überprüfung der Echtheit von Kundenbewertungen ist in § 5b Abs. 3 UWG normiert. Unternehmer, die eigene Kundenbewertungen veröffentlichen, müssen darüber informieren, ob und wie sie sicherstellen, dass die veröffentlichten Bewertungen tatsächlich von Verbrauchern stammen, die diese Waren erworben und genutzt haben. Verpflichtet werden ausschließlich Unternehmer, die eigene Bewertungen veröffentlichen. ■



Fazit

Die UWG-Reform zielt vor allem auf die Verbesserung der Stellung der Verbraucher durch Schaffung von mehr Transparenz ab. Die Verbraucherinformationen bei Rankings und Verbraucherbewertungen sollen verbessert werden. Die Rechtssicherheit bei kommerzieller Kommunikation in sozialen Medien soll gestärkt werden. Inwieweit der Schadensersatzanspruch für Verbraucher im Falle von Wettbewerbsverstößen in der Praxis Auswirkungen hat, wird sich zeigen.

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.ihk.de/pfalz/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

DAS WEITERBILDUNGS-PROGRAMM 2. HALBJAHR IST DA

www.ihk.de/pfalz,
Nummer 3973000.



Weitere Informationen unter www.pfalz.ihk24.de

Weiterbildungsberatung: www.ihk.de/pfalz/weiterbildungsberatung
Aufstiegsbonus: www.ihk.de/pfalz/aufstiegsbonus

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

Giftiges Gebräu

Der Konjunkturbericht Frühsommer zeigt: Hier braut sich etwas zusammen, das sich als toxisch für die Konjunktur erweisen könnte.

Der Ukraine-Krieg hat die zum Jahresbeginn in der Pfälzer Wirtschaft gehegten Erwartungen auf einen Aufschwung regelrecht in Luft aufgelöst. Nach mehr als zwei Jahren Pandemie kommt nun durch den Krieg eine neue und zugleich schwere Belastung für die Wirtschaft hinzu, die

die Nachholeffekte nicht nur unsanft ausbremst, sondern zu einem großen Teil zunichtemacht.

Der Konjunkturklimaindex stürzt um 20 Punkte ab auf 88 Punkte. Dabei erreicht der Index im Handel nur noch 71 Punkte, die Indizes von Industrie, Dienstleistung

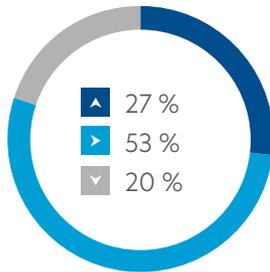
und Gastgewerbe erreichen aktuell Werte über 90. Bei einem Wert von 100 Punkten bewerten alle Unternehmen ihre geschäftliche Lage und ihre Geschäftsaussichten als befriedigend. Die Gründe: Die Unternehmen sehen sich weiterhin Lieferengpässen und hohen Energie- und Rohstoffpreisen gegenüber, zudem

wächst die Sorge vor einem gleichzeitig drohenden Importstopp russischer Energie. Durch die strikte Befolgung seiner Null-Covid-Strategie fällt auch China zunehmend als wichtiger Lieferant von Rohstoffen und Vorprodukten aus. Die hohen Preise dämpfen außerdem die Konsumlaune der Verbraucher. ■

Geschäftslage

Industrie

- ▲ 29 %
- ▶ 55 %
- ▼ 16 %



Handel

- ▲ 20 %
- ▶ 47 %
- ▼ 33 %

Dienstleistungen

- ▲ 30 %
- ▶ 54 %
- ▼ 16 %

Gastgewerbe

- ▲ 23 %
- ▶ 41 %
- ▼ 36 %

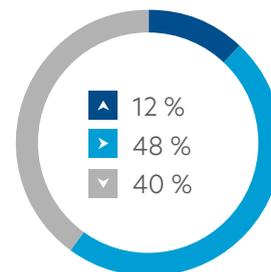
Geschäftserwartungen

Industrie

- ▲ 13 %
- ▶ 47 %
- ▼ 40 %

Handel

- ▲ 11 %
- ▶ 37 %
- ▼ 52 %



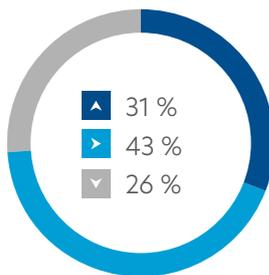
Dienstleistungen

- ▲ 10 %
- ▶ 60 %
- ▼ 30 %

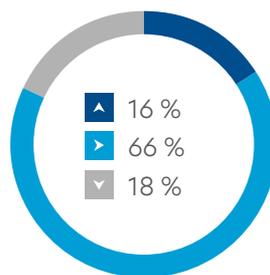
Gastgewerbe

- ▲ 29 %
- ▶ 38 %
- ▼ 33 %

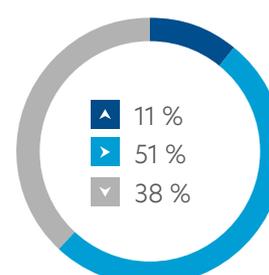
Investitionen Inland



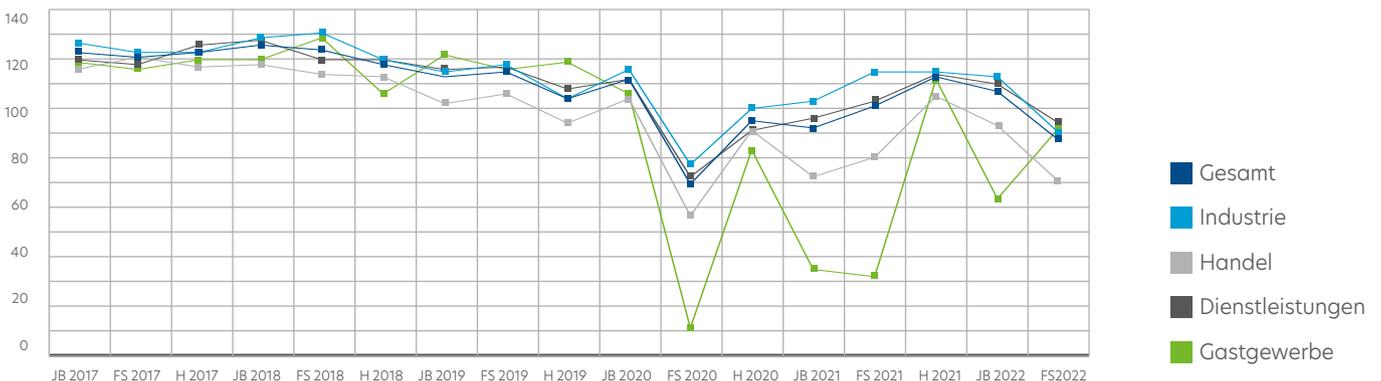
Beschäftigung



Export (nur Industrie)



Konjunkturklimaindex



Heimatshoppen 2022: Innenstadt neu denken



Mit dem Hashtag #EineFürAlle(s) – Innenstadt lieben.leben.erleben sollen die Weichen für ein Umdenken gestellt werden: Es ist an der Zeit, die innerstädtischen Funktionen wie Handel, Hotellerie und Gastronomie, Dienstleistungen, Arbeit, Wohnen, Kultur sowie Teilhabe und soziale Interaktionsmöglichkeiten neu zu denken. Dafür stehen die diesjährigen Aktionstage am 9. und 10. September. Dann ruft die IHK Pfalz wieder Händler, Dienstleister und Gastronomen zum „Heimatshoppen“ auf.

Unter dem Motto „Eine Innenstadt für alle(s)“ beteiligen sich 27 Städte mit knapp 800 Unternehmen aus der Pfalz an der Kampagne. Diese Initiative der IHK Pfalz zielt

darauf ab, die Belebung der Innenstädte aktiv zu unterstützen und den derzeitigen Transformationsprozess als Chance wahrzunehmen. Die beiden Aktionstage sind geprägt von ganz unterschiedlichen Angeboten der teilnehmenden Unternehmen. Von Live-Musik über Modenschau bis hin zur Schlemmerreise – der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt. Die Innenstadt der Zukunft geht jeden etwas an und Heimatshoppen richtet sich somit auch an jeden Akteur. Getreu dem Motto der Musketiere „Einer für alle – alle für einen“ soll

dieses Gefühl allen Beteiligten vermittelt werden. In diesem Jahr neu mit dabei ist die Stadt Speyer. Im vergangenen Jahr nahmen pfalzweit trotz der besonders schwierigen Situation durch die Corona-Pandemie 23 Städte und Gemeinden an der Aktion teil. ■

KONTAKT

Anna Königstein

0621 5904-1520
anna.koenigstein
@pfalz.ihk24.de

IHK Pfalz informiert zur Gas- und Energieversorgung

Die IHK Pfalz bietet seit Juli jeweils freitags um 15 Uhr bis auf weiteres Informationen zur Gas- und Energieversorgung an. Die Teilnahme an der Teams-Konferenz ist kostenlos. Damit reagiert die IHK Pfalz auf die dynamische Entwicklung bei der Gas- und Energieversor-

gung in Deutschland und die vom Bundeswirtschaftsministerium angekündigte Ausrufung der Alarmstufe Gas zum 8. Juli. Als weiteren Service gibt es ab sofort einen Newsletter für Unternehmen zur Gasversorgung. Darüber informiert die IHK Pfalz regelmäßig über aktuelle Entwicklungen. ■

Anmeldung:

 www.ihk.de/pfalz,
Nummer 5573430

Aktuelle Informationen zur Entwicklung bei der Gas- und Energieversorgung unter:

 www.ihk.de/pfalz,
Nummer 5493854

KONTAKT

Steffen Blaga

0621 5904-2100
steffen.blaga
@pfalz.ihk24.de

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.ihk.de/pfalz

Redaktion:

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

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

Umsetzung:

MENTHAMEDIA AG,
Ajtoschstraße 6, 90459 Nürnberg

thinkfox.marketing GmbH,
Bahnhofstraße 39a, 34549 Edertal
www.thinkfox.de

Druck:

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

Titelbild:

stock.adobe.com - modernmovie
Alle nicht speziell ausgewiesenen
Fotos & Grafiken: Adobe Stock

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.

Scouts aus Brasilien und Ägypten erkunden Berufswege nach Rheinland-Pfalz

Rheinland-Pfalz im Wettbewerb um Fachkräfte aus dem Ausland als attraktives Zielland darstellen und bekannt machen, war das Ziel einer gemeinsamen Aktion der IHKs in Rheinland-Pfalz und der Landesregierung mit dem Goethe-Institut. Im Rahmen einer Fortbildung für Vor-Integrationsberaterinnen und -berater des Goethe-Instituts konnten die Welcome Center in Deutschland Gastgeber sein und die Attraktivität ihrer Standorte für Fachkräfte präsentieren. „Wir freuen uns, mit Carla Pereira und Dina Radwan zwei Multiplikatoren

aus Ländern mit leistungsfähigen Bildungssystemen begrüßen zu können, mit denen es bereits Brückenpfeiler für qualifizierte Einwanderung gibt“, so Karen Lill, Welcome-Center-Referentin der IHK Pfalz. Mit Brückenpfeiler sind die Auslandshandelskammern mit Standorten der Projektbüros Berufliche Anerkennung ProRecognition in Brasilien und Kairo gemeint. Pereira bereitet mit ihren Kollegen in ganz Brasilien mit Deutschkursen und Interkulturellen Trainings Menschen für das „Leben und Arbeiten in Deutschland“ vor. Radwan leitet dieses Programm im NANO-Gebiet, Nordafrika und Naher Osten.

BEKANNTMACHUNGEN

Sachverständiger

Der Präsident der IHK Pfalz hat am 07.06.2022 Dipl.-Ing. Dudley White von der Hagelauer & Sheuerer GeoConsult GmbH, Oberer Roßbrück 50, 67661 Kaiserslautern, als Sachverständigen für „Baugrund“ öffentlich bestellt und vereidigt. ■



Handelsrichterin

Auf Vorschlag der IHK Pfalz wurde Barbara Kullmer-Schäfer, Geschäftsführerin der Firma Schäfer-Additivsysteme GmbH, Ludwig-Reichling-Str. 2, 67059 Ludwigshafen, mit Wirkung vom 01.06.2022 erneut auf die Dauer von fünf Jahren zur Handelsrichterin bei den Kammern für Handelssachen des Landgerichts in Frankenthal (Pfalz) ernannt. ■



Ein Beispiel für eine gelungene Integration in gewerblichen Berufen präsentierte Reiner Rudolphi, REMA Fertigungstechnik GmbH in Sembach und Rockenhausen. REMA bildet seit Jahren mit Erfolg Zerspanungsmechaniker aus Ruanda aus.

Drei Schwerpunkte hatte die Besuchsreise:

- Erstes Anliegen war, die verschiedenen Institutionen kennenzulernen, die im Ausland erworbene Ausbildungen auf Gleichwertigkeit prüfen und anerkennen.
- Zweitens galt es, die Vielfalt gewerblicher Berufe bekannt zu machen und für Ausbildung in Deutschland zu werben.
- Drittens sollten die Besucherinnen sehen, wie Integration im Mittelstand gelingt.

Bei Stippvisiten in den mit der Fachkräftesicherung befassten Ministerien für Wirtschaft, für Arbeit und Soziales sowie für Integration konnten die beiden Botschafterinnen für Arbeitskultur ihre Arbeit vorstellen und unter anderem dafür werben, die Teilnahme an Integrationskursen als Pluspunkt bei Bewerbungen oder auch bei der Visaerteilung zu werten. Abgerundet wurde der Arbeitsbesuch mit einem kleinen touristischen Begleitprogramm im Rahmen des Rheinland-Pfalz-Tages und einem Ausflug per Schiff ins Mittelrheintal. ■

KONTAKT

Welcome Center
der IHK Pfalz

Irina Brand

0621 5904-1811
irina.brand
@pfalz.ihk24.de

INFO

proRecognition

 www.anererkennung-in-deutschland.de

Auslandshandelskammern

 www.ahk.de

Goethe-Institut

 www.goethe.de

Netzwerk: Unternehmen integrieren Flüchtlinge

 www.unternehmen-integrieren-fluechtlinge.de

Projekt: Unternehmen Berufsanerkennung

 www.unternehmen-berufsanerkennung.de



Neue Ausstellung „Kreuz und Krone“

Mit einer vollständigen Neupräsentation unter dem Titel „Kreuz und Krone“ wird die Sammlung des Dom- und Diözesanmuseums ab dem 19. September im Historischen Museum der Pfalz wieder zu sehen sein. Neben den einzigartigen Funden aus den Gräbern der salischen Kaiser und Könige, darunter die Grabkronen Kaiser Konrads II. und Giselas, seiner Gemahlin, werden kostbare liturgische Geräte und Gewänder aus mehreren Jahrhunderten neu präsentiert und in die Geschichte des Bistums Speyer eingeordnet. Ergänzt wird die Sammlungsausstellung durch Exponate aus verschiedenen Dekanaten des Bistums.

Trotz der Verwüstungen durch den Pfälzischen Erbfolgekrieg

und die Revolutionskriege haben sich zahlreiche hochrangige Kunstwerke erhalten. Darunter befinden sich einzigartige Stücke, die zum Teil erstmals oder seit langer Zeit wieder für die Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Ein besonderes Kleinod ist dabei ein dreiteiliges Altarbild aus der Kapelle des Waisenhauses in Landstuhl, entstanden in der Zeit um 1500. Auch ein kostbares spätgotisches, sogenanntes Antependium – ein reich verzierter Bildteppich zum Schmuck des Altars – aus der ehemaligen Ludwigskirche in Speyer wird erstmals im Museum zu sehen sein. ■

www.museum.speyer.de

Auf zum Lauf!

Vom 9. bis zum 11. September ist es endlich so weit:

Nach einer Corona-bedingten Absage 2020 und einem deutlich abgespeckten Programm 2021 findet die 16. Auflage des Pfälzerwald-Marathons in diesem Jahr wieder in gewohnter Form statt. Sowohl Profis als auch Hobby-Läufer und Einsteiger können sich für die weit über die Landesgrenzen hinaus beliebte Laufsportveranstaltung auf gelenkschonenden Wegen inmitten des malerischen Biosphärenreservats Pfälzerwald anmelden.

Das Programm startet mit dem Park-Firmenlauf über eine 4,2 Kilometer lange Strecke durch die Pirmasenser City und dem Bambini-Lauf für Kinder. Das Highlight sind dann die berühmten 42,195 Kilometer, die der Legende nach ein Läufer nach der Schlacht von Marathon zurücklegte. Dabei besteht die Möglichkeit, die Strecke



entweder komplett oder als Halbmarathon zu absolvieren. Außerdem gibt es eine Marathon-Staffel für vier Personen und eine Halbmarathon-Duo-Staffel für zwei Personen. Startpunkt ist jeweils der Exerzierplatz Pirmasens, der Zieleinlauf erfolgt auf dem Messegelände der Stadt. ■

www.pfaelzerwald-marathon.de

Die
nächste
Ausgabe
erscheint
Ende
September

Fotos vom Verschwinden und Entstehen

Noch bis 9. Oktober gastiert die Wechselausstellung „Gestern. Heute. Morgen? Fotografien zum Strukturwandel in der Großregion“ in deutscher und französischer Sprache im Forum Alte Post. Dabei kooperiert das Pirmasenser Kulturzentrum mit PixelCult e. V. Seit rund

sieben Jahren baut der Saarbrücker Verein ein europaweit einmaliges, grenzüberschreitendes Online-Archiv mit dokumentarischen Fotoserien aus Luxemburg, Lothringen, dem Saarland, Rheinland-Pfalz und der Wallonie auf. Insgesamt 17 dieser Serien sind in Pirmasens zu bewundern.

Teilweise in Farbe, teils in Schwarz-Weiß zeigen sie ihre ganz eigenen Geschichten vom Strukturwandel auf verschiedenen Ebenen. Auf eindruckliche Weise erzählen die Fotos vom Verschwinden und vom Entstehen. Dank der französischen Übersetzung der Begleittexte können auch Gäste aus den

Nachbarregionen mehr zu den Intentionen der Fotografinnen und Fotografen erfahren. Diese nehmen das Publikum unter anderem mit in das ehemalige Kaiserslauterer Pfaffwerk und eine frühere Tabakmanufaktur in Metz. ■

www.forumaltepost.de



Warum ist es so wichtig, aus Fehlern zu lernen?

Wie verhalten Sie sich, wenn Mitarbeiter in Ihrem Team Fehler machen? Reagieren Sie eher ungehalten oder setzen Sie sich zusammen und pflegen eine optimale Fehlerkultur?

In der Schule lernen wir, Fehler zu vermeiden. Dabei sind Fehler wichtig, denn aus Fehlern kann man viel lernen. Wenn Kinder laufen lernen, fallen sie hin und stehen wieder auf. So können sie aus Fehlern lernen, entwickeln eine Frustrationsgrenze und finden selbständig Lösungen, wie es besser geht.

Sie lernen mit viel Spaß und absolutem Elan laufen – und zwar ganz alleine durch ihre Erfahrungen. Sie lernen es nicht, weil die Erwachsenen sie festhalten, wieder aufheben oder ihnen sagen, dass sie langsamer laufen sollen. Sie lernen es durch Ausprobieren. Dieser Vorgang des Ausprobierens, wieder Aufstehens und von vorne Versuchens ist angeboren. Kinder kommen mit dem angeborenen Drang zur Welt, lernen zu wollen, und das mit einem Elan, der uns Erwachsene als Vorbild dienen sollte.

Fehler haben einen Sinn. Sie zeigen uns, dass wir Dinge überdenken und noch einmal nacharbeiten sollten, und sie ermöglichen uns das Lernen. Ein Ausprobieren ist für Innovation und Fortschritt unabdingbar.

Was können wir für unsere Führung ableiten?

Aus Fehlern lernt man, denn wir versuchen, neue Lösungswege zu entwickeln und Lernfortschritte zu vollziehen. Fehler können also durchaus motivierend wirken, für Führungskräfte ebenso wie für die Mitarbeiter. Voraussetzung ist allerdings, dass Fehler achtsam und aufbauend zurückgemeldet werden.

Die Biographien bekannter Persönlichkeiten machen deutlich, dass sie alle eines verbindet: die Motivation und die Leidenschaft, es nach einem Fehlschlag noch einmal zu versuchen. Walt Disney zum Beispiel ging in den 20er-Jahren mit seinem Unternehmen Laugh-O-Gram in Konkurs – kurz darauf gelang ihm dann der Durchbruch! Daher lohnt es sich, neben Erfolgen auch die Momente zu teilen, die schwierig und von Rückschlägen geprägt waren. Eine Studie der Harvard Business School hat sogar gezeigt, dass es am Arbeitsplatz die Zugehörigkeit und die Motivation im Team verbessern kann, wenn man offen und ehrlich über eigene Fehler spricht.

Wer auch über Momente der Angst und Verzweiflung spricht, der ermöglicht seinem Gegenüber, empathisch zu sein und macht nachvollziehbar, wie es ist, zu scheitern. Und wie Henry Ford zu sagen pflegte: „Scheitern ist einfach nur eine Möglichkeit, es noch einmal zu versuchen.“ ■



Wenn man **offen und ehrlich** über eigene Fehler spricht, kann dies die **Zugehörigkeit und die Motivation** im Team verbessern.



Martina Bohnenstiel ist Senior Executive bei der Munich Leadership Group, einem Unternehmen, das mit Beratung, Trainings und Coachings Personen und Organisationen bei ihrer Transformation unterstützt.