

Report

Wirtschaftsmagazin der Region Rheinhesen 05/2021

Die Innenstadt lebt

**Starke Arbeitgeber
suchen Persönlichkeiten**

Seite 36

**Rentenversicherungspflicht
kommt (noch) nicht**

Seite 47



- ✓ Garantierte Zahlungseingänge
- ✓ Mehr Umsatz durch spontane Käufe
- ✓ Mehr Komfort für Ihre Kunden



Bargeldlos kassieren per Kartenterminal

**Morgen
kann kommen.**

Wir machen den Weg frei.

Ermöglichen Sie Ihren Kunden das bargeldlose, kontaktlose und mobile Bezahlen

Das Bezahlen per Karte oder Smartphone wird zur Selbstverständlichkeit. Bezahl-Apps wie Apple Pay oder Google Pay sind bereits etabliert. Ihre Kunden haben nicht immer Bargeld dabei – eine Karte, das Smartphone, Wearables oder andere Mobilgeräte schon. Mit unseren Kartenterminals bieten Sie Ihren Kunden einen echten Mehrwert, der sich auch für Sie lohnt!

Vereinbaren Sie einen Termin mit unseren Zahlungsverkehrsspezialisten: 06131 148-8658 oder online: mvb.de/termin



Die City wird sich neu erfinden

Sehr geehrte Unternehmerinnen und Unternehmer,

wird noch jemand bleiben? Oder spielt sich das Leben nach Corona außerhalb unserer Innenstädte ab? Wir sind überzeugt: Die Innenstadt hat eine Zukunft. Wenn es ihr gelingt, sich neu zu erfinden. Sicher: Die Lage schwierig, teils dramatisch. Lokale Händler müssen drastische Umsatzeinbußen verkraften. Im Durchschnitt steht jedes fünfte Ladenlokal in deutschen Einkaufsstraßen leer, so das Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation.

Das ist nicht nur ein Problem des Handels. Die City ist Mittelpunkt und Treffpunkt, sie zieht Besucher an, sie bietet Raum für Dienstleistungen und Gastronomie, für Kultur und Veranstaltungen, zum Wohnen und Erholen. Sie bestimmt den Puls unserer Städte. Auch deshalb sind wir gemeinsam gefordert, wieder Leben in unsere Zentren zu bringen: Kommunen, Vereine und Werbegemeinschaften, Stadtentwickler, Immobilieneigentümer, Gastronomen, Dienstleister, die Händler selbst – und jeder Einzelne, der entscheidet, wo er einkauft.

Wenn alle mitziehen – in dieselbe Richtung – hat die City die Chance, sich neu zu erfinden. Es gibt einige Stellschrauben, an denen wir drehen können: Wie gut ist die City erreichbar – und mit welchen Verkehrsmitteln? Gibt es Parkmöglichkeiten und Ladestationen für E-Mobile? Stimmt der Mix der Angebote? Hält man sich dort gerne auf? Was gibt es zu Erleben und Entdecken? Wie gut kann man sich online darüber informieren? Gibt es kostenfreies W-Lan?

Die City hat viele Möglichkeiten, sich neu zu erfinden. Die Pandemie hat nicht nur die Probleme verschärft, sie hat auch die Suche nach Lösungen beschleunigt: Gemeinsame Gutscheinportale und Lieferdienste ploppen auf, Click and Collect erlebt einen Boom, Gäste checken mit der Luca-App ein, und plötzlich stehen überall draußen Tische und Stühle, ohne dass sich Gastronomen dafür durch Formularberge kämpfen müssen.

Es gibt also Bewegung. An der IHK-Kampagne „Heimatshoppen“ beteiligten sich in diesem Jahr landesweit so viele Städte und Gemeinden wie noch nie. Und zum Jahresstart hat die Landesregierung das Gesetz zu den LEAPs novelliert, damit Initiativen zur Stärkung von Geschäftsquartieren endlich ihr Potenzial entfalten können. Bewegung ist auch bei den Sonntagsöffnungen gefragt, wenn verkaufsoffene Sonntage wieder Leben in die Zentren bringen sollen. Zum Beispiel mit einem „Sonntag der Vereine“, der zeigt, was die City ausmacht – ein Zentrum für Begegnungen zu sein.

Bei unserem Innenstadtforum am 30. November bringen wir Akteure und Ideen zusammen. Wir laden Sie herzlich ein, dabei zu sein. Denn die City wird sich neu erfinden. Jetzt ist die Zeit dafür.

Günther Jertz

HAUPTGESCHÄFTSFÜHRER
DER IHK FÜR RHEINHESSEN



04 Die Innenstadt lebt: Die Zentren haben schon vor der Coronakrise ihr Gesicht verändert – doch erst jetzt diskutieren zahlreiche Akteure über ihre Zukunft. Rhein- hessenweit gibt es Netzwerke und Aktivitäten. Report zeigt ein- en kleinen Überblick.

PULS – UNTERNEHMEN IM FOKUS
Thema: Digitalisierung in Unternehmen

21



Titel

- 04 Die Innenstadt lebt
- 06 Perspektiven für die City
- 08 Leitbild für lebendige Innenstädte
- 10 Rheinhessen shoppt regional

Standortpolitik

- 12 #Gemeinsam für RheinlandPfalz – Positionen der IHKs zur Bundestagswahl

Region

- 14 Boehringer versorgt mehr Menschen und Tiere
- 15 BioNTech wächst rasant
- 16 Mala gehört jetzt zu Bericap
- 17 Eckes-Granini setzt auf nachhaltige Logistik
- 18 Wechsel an der Spitze von mainzplus
- 19 Neue Pouch-Anlage für Reh Kendermann
- 20 sportgreen jetzt in Ingelheim

Unternehmensgründung & Unternehmensförderung

- 33 nexxt-change Unternehmensbörse
- 34 Instagram als Marketingkanal
- 36 Starke Arbeitgeber suchen Persönlichkeiten

Aus- und Weiterbildung

- 38 Ausbildungsbotschafter starten bei TikTok
- 39 Last Minute Voting: Azubi-Star 2021
- 40 Berufsorientierung leicht gemacht
- 41 „Inklusion gelingt“ bei der BIM Rheinhessen

International

- 42 10. Exportforum erstmals digital
- 43 Aufwind für die Außenwirtschaft
- 44 Homeoffice im Ausland – Fluch oder Segen?



IHK-Präsident Peter Hähner eröffnete das 10. IHK-Exportforum der IHKs aus Rheinland-Pfalz und dem Saarland. Live aus dem Studio von mainzplus Citymarketing in Mainz lief die Übertragung in 17 Länder, mit über 500 Teilnehmern, 23 virtuellen Aussteller-Ständen und zahlreichen Chats und Videoanrufen. Ein Novum für Veranstalter und Protagonisten.

43

KONTAKT

IHK Dienstleistungszentren
E-Mail: service@rheinessen.ihk24.de

Mainz
Schillerplatz 7
55116 Mainz
Telefon: 06131 262-0

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

Worms
Rathenaustraße 20
67547 Worms
Telefon: 06241 9117-3

Report
Wirtschaftsmagazin der Region Rheinessen
Melanie Dietz
Telefon: 06131 262-1005
E-Mail: presse@rheinessen.ihk24.de

Starterzentrum
Lisa Haus
Telefon: 06131 262-1703
lisa.haus@rheinessen.ihk24.de

Ausbildungshotline
Telefon: 06131 262-1608

Weitere Kontakte:
www.rheinessen.ihk24.de

GEZIELT INFORMIERT



Teilen Sie uns Ihre Interessen mit und Sie erhalten gezielt Informationen und Einladungen per Mail:

www.rheinessen.ihk24.de/news

Innovation und Umwelt

46 Digital Hub Worms wird Heimat für Start-ups

Recht und Steuern

47 Rentenversicherungspflicht kommt noch nicht

Extra

- 01 Editorial
- 21 PULS – UNTERNEHMEN IM FOKUS
Thema: Digitalisierung in Unternehmen
- 48 Impressum

INDEX

Über diese Unternehmen lesen Sie im redaktionellen Teil:

Aareon (17), Appel Versicherung (47), Atrium Hotel (20), Bartenbach (18), Bericap (16), BioNTech (15), BKM (18), Boehringer Ingelheim (14), Chemservice GmbH (16), Ek-kes-Granini (17), GBK (16), Jordan's Untermühle Königernheim (37), Köbig (16), LuLu (6), mainzplus CITYMARKETING (18, 20), merula (17), Reh Kendermann (19), SCHOTT (19), sportgreen (20), Thimm (18), Tracoe (14).

Die Innenstadt lebt

Die Innenstädte haben schon vor der Coronakrise ihr Gesicht verändert – doch erst jetzt rückt die Frage nach ihrer Zukunft stark ins Zentrum. Denn wenn es die Menschen nicht mehr zum Einkaufen in die Stadtzentren zieht, trifft das nicht nur den Handel. Wie sehen unsere Innenstädte 2031 aus? Nicht viel anders als jetzt – oder mit Pop-up-Stores, begrünten Gebäuden und E-Ladestationen an jeder Ecke? Innenstadtakeure aus Mainz, Worms, Bingen, Ingelheim und Alzey haben dazu eigene Vorstellungen. Erreichbarkeit, Aufenthaltsqualität und die Frage der richtigen Mischung aus kleinen Läden, großen Handelsketten und Gastronomie spielen bei allen eine Rolle.

”

Die Alzeyer Innenstadt steht, wie viele Städte in Deutschland, vor einem strukturellen Wandel, der durch COVID 19 nachhaltig beschleunigt wurde. Unser oberstes Ziel muss sein, das Ökosystem Innenstadt in Alzey zu aktivieren, beziehungsweise am Laufen zu halten. Es geht darum, Einzelhandel, Gastronomie/Hotellerie, Stadtmarketing, Immobilienwirtschaft und Kultureinrichtungen im Dialog zu halten. In Alzey bleiben wir abhängig von privaten Initiativen und dem Engagement einzelner, die in das Ökosystem investieren. Die Chancen sind da, die Stadt für Kunden aus dem rheinhessischen Umland weiter als attraktiven Einkaufsort zu positionieren. Auch der touristische Ansatz ist positiv und bringt Besucher in die Stadt. Wichtig sind Investitionen in innerstädtische Immobilien, die zum Teil auch eine Umnutzung erfahren werden müssen.

CHRISTOF SCHÖNENBERGER
VORSITZENDER DES VERKEHRSVEREINS
ALZEY UND MITGLIED IM HANDELSAUS-
SCHUSS DER IHK FÜR RHEINHESSEN



”

Die Innenstadt 2031 wird sich in begehrten A-Lagen nicht wesentlich von der Innenstadt 2021 unterscheiden. Voraussetzung ist jedoch, dass die Stadtentwicklung weiterhin das Ziel nicht aus den Augen verliert, die umsatzträchtigen Magnetbetriebe in der Innenstadt anzusiedeln. Wichtig ist es auch, den ‚Wohlfühlfaktor‘ zu verbessern – dies gelingt mit attraktiver Gastronomie und einer außergewöhnlichen Gestaltung der Knotenpunkte. Auch das Thema ‚Individualverkehr‘ wird uns weiterhin begleiten. Hier gilt es durch eine intelligente Verknüpfung von öffentlichem Nahverkehr und der Errichtung von ausreichend Parkplätzen ein System zu schaffen, das allen Bereichen gerecht wird.

STEPHAN TRAUTMANN
VORSITZENDER DES GEWERBEVEREINS „INGELHEIM AKTIV“ UND MITGLIED IM PRÄSIDIUM
SOWIE IM HANDELSAUSCHUSS DER IHK FÜR RHEINHESSEN



”

Gemeinsam müssen alle Akteure an einer attraktiven Innenstadt mit hoher Lebens- und Aufenthaltsqualität mitarbeiten. Eine gute, einfache Erreichbarkeit ist die Voraussetzung dafür. Raum zum Verweilen und Erholen ist dabei ebenso wichtig wie Plätze für Alt und Jung, die zur Aktion aufrufen. Begrünte Fassaden und Dächer schaffen dabei ein angenehmes Stadtklima. Eine nutzungsgemischte Innenstadt mit vielfältigem Angebot und innovativen Unternehmen vor Ort ist das Ziel. Abwechslungsreiche und vielfältige Handels-, Kultur- und Bildungsangebote runden das Angebot ab und finden Platz neben Reparatur- und Serviceangeboten. Vor dem Besuch kann das Innenstadtleben mit seinen Einkaufs- und Kulturangeboten virtuell erfahren und erforscht werden.

SANDRA KLIMA
CITYMANAGERIN MAINZ



”



Ich glaube unverändert an den Fortbestand der Innenstädte – die Bedingungen für den Handel werden sich aber verändern. Getrieben wird die Veränderung durch die Digitalisierung, die wir künftig in unsere Geschäftsprozesse integrieren müssen. Handel wird es künftig online und offline geben. Wichtig ist, dass die Leads zum Handel gelangen und dort auch bearbeitet werden. Das erfordert ein Umdenken bei unseren Mitarbeitern. Unabhängig von dieser Entwicklung sehe ich aber das Kaufenerlebnis in der Innenstadt, das Flair, die schönen Plätze, die Cafés und Restaurants, das Marktfrühstück, die Kommunikation miteinander und die kompetente Beratung, die wir online nicht erfahren werden.

MICHAEL HEINZ
VORSITZENDER DES HANDELSAUSSCHUSSES UND MITGLIED IM PRÄSIDIUM DER IHK FÜR RHEINHESSEN

”



2031 ist die Innenstadt vielseitiger geworden, bietet mehr Erlebnisraum und Aufenthaltsqualität. Inhabergeführte Unternehmen, Pop-up-Stores und das Handwerk mit ‚urban manufacturing‘ bereichern das innerstädtische Angebot. Kooperationen der Innentaktakteure gestalten neue, unterhaltsame Kunst-, Kultur- sowie Handels- und Gastronomieangebote. Plätze und Fußgängerzonen sind durch Spielgeräte, ansprechende Stadtmöblierung und gepflegte Grünflächen aufgewertet. Das Klima hat sich durch Elektromobilität, Gebäudebegrünung, Wasserspiele und neue Grünflächen verbessert. Das Hinterland ist durch den Ausbau des ÖPNV, der Fahrradstecken, und ein abgestimmtes Leitsystem für den Individualverkehr besser angebunden.

JAN SEBASTIAN
VIZEPRÄSIDENT DES HDE (HANDELSVERBAND DEUTSCHLAND), PRÄSIDENT DES HANDELSVERBANDS RHEINLAND-PFALZ UND MITGLIED IM HANDELSAUSSCHUSS DER IHK FÜR RHEINHESSEN

IHK-INNENSTADT-FORUM AM 30. NOVEMBER

Wie lebendig ist die Mainzer Innenstadt der Zukunft? Darum dreht sich das IHK-Innenstadt-Forum am Dienstag, 30. November, 17 bis 21 Uhr, in der IHK für Rheinhessen. Nach der Begrüßung von IHK-Präsident Peter Hähner gibt Oberbürgermeister Michael Ebling Antworten auf die Frage: Wohin will die Stadtregierung?

Die Keynote von Prof. Dr. Jörg Funder, Professor für Unternehmensführung im Handel an der Hochschule Worms, steht unter dem Titel „Wo steht Mainz, wo steht die Welt?“. Mit „Einkaufslust im Boulevard LU“ beschäftigt sich Bauunternehmer und Investor Tim Gemünden, und Dirk Brunner, Leiter Lidl Immobilien Südwest Rhein-Main, spricht zum Thema „Lebensmittler neu gedacht“.

Weitere Impulse zum Thema Handel kommen von Dr. Thomas Scherer, Hauptgeschäftsführer des Handelsverbands Rheinland-Pfalz. Die anschließende Diskussion mit dem Publikum wird moderiert von Detlef Hans Franke, Geschäftsführer der FuP Kommunikations-Management GmbH, die Kooperationspartner der Veranstaltung ist. Weitere Informationen und Anmeldung:



www.rheinhessen.ihk24.de/innenstadtforum

”



Das Erscheinungsbild mit einem Mix aus Läden und Gastronomie wird sich nicht gravierend verändern. Man kann davon ausgehen, dass sich der Prozess fortsetzt und in den 1a- und 1b-Lagen hauptsächlich Ketten ihr Angebot präsentieren. Inhabergeführte Geschäfte wird es weiterhin geben und diese werden sogar noch wichtiger, denn sie machen den Unterschied, wenn das Angebot durch größere Ketten immer austauschbarer wird. Die Herausforderung für die Inhaber besteht in der Feinjustierung ihres Angebots mit dem Gespür für Trends und regionale Eigenheiten. Eine sehr wichtige Weichenstellung liegt bei den Kommunen und darin, wie nutzerfreundlich sich jede auf die Anforderungen der E-Mobilität einstellt, wenn ab 2030 fast nur noch E-Autos auf den Markt kommen.

MARLIESE TABARELLI
VORSITZENDE DES STADTMARKETINGVEREINS BINGEN UNTERNEHMEN ZUKUNFT (BUZ)

”

Unsere Innenstädte sind unser wirtschaftliches, soziales und kulturelles Zentrum. Man trifft sich hier aus sämtlichen Bereichen des Alltags. Dabei stehen Wohlfühlen und Genuss im Vordergrund. Eine lebendige Innenstadt braucht eine Vielfalt an Geschäften mit modernen Konzepten, ein breit gefächertes Angebot der Gastronomie und Raum zum Verweilen. Ein tolles Ambiente in einer Innenstadt, die auch Geschichten erzählen kann, wird Menschen begeistern. Neben traditionellen Events muss der öffentliche Raum ein wechselndes Programm bieten. Dabei bieten die sozialen Medien eine ideale Plattform, immer wieder Impulse zum Besuch unserer attraktiven Innenstadt zu geben.“



ANNETTE PLACHETKA
VORSITZENDE DER WERBEGEMEINSCHAFT MAINZ

”

Urbane Zentren sind eine wichtige Visitenkarte einer Stadt und darauf wird in Worms gemeinsam hingearbeitet: Worms hebt sich durch seine vielfältigen geschichtlichen Ereignisse mit einem bunten Mix aus Erlebnis-Historie und kulinarischer Lebenslust als größtes rheinhessisches Weinanbaugebiet ab. Die schönen Grünanlagen sind ausgebaut und eine Auswahl unterschiedlicher Shopping- und Gastronomiebetriebe laden zum Besuch ein. Kulturelle stationäre Angebote und temporäre Veranstaltungen im Freien sowie in kleineren Locations erweitern die Aufenthalts- und Lebensqualität für Gäste und Einheimische. Die Innenstadt ist durch ein intelligentes Miteinander der unterschiedlichen Mobilitätsarten unkompliziert erreichbar.“



KAI HORNUF
GESCHÄFTSFÜHRER STADTMARKETING NIBELUNGENSTADT WORMS E.V.
UND MITGLIED IM HANDELSAUSSCHUSS DER IHK FÜR RHEINHESSEN



Perspektiven für die Innenstadt

In den Innenstädten von Rheinhessen sind nach der Pandemie Perspektiven gefragt. Da kommt die junge Wirtschaft mit frischen Ideen ins Spiel. Lulu in Mainz macht es vor: Im morbiden Charme des alten Karstadtgebäudes bauen Marco Friedmann als Inhaber einer Eventfirma und seine Mitstreiter Dominique Liggins und Ata Delbasteh einen einzigartigen Pop-up-Store auf und erfinden diesen immer wieder neu. Von Kos-

metik, Kleidung, Ess- und Trinkbarem, Kunst und Institutionen ist alles in der Lulu vertreten.

Reichlich Hindernisse begleiten die ideenreichen Jungunternehmer, die durch die Pandemie in ihrem ursprünglichen Geschäft voll ausgebremst wurden. Doch Wille und Einsatz ist von allen Beteiligten da, den Machern der Lulu und dem Vermieter, der Firma Gemünden. Anfang Dezember ist es so weit – das Weihnachts-

geschäft lockt und die offenen Türen der Lulu ebenfalls. Das jähe vorläufige Ende kommt zwei Wochen später mit dem Lockdown am 18. Dezember 2020. Über Monate kein Umsatz, und dennoch glauben die Macher an das Projekt.

Ende Mai schließlich wieder die durchgängige Öffnung der Lulu mit ihren etwa 30 Shops. Die Kunden kommen – rund 1.000 samstags, und etwa die Hälfte an anderen Wochentagen. Es darf ruhig noch etwas mehr werden in diesem besonderen Shoppingtempel. Aufgrund des flexiblen Mietverhältnisses wechselt permanent das Angebot, einige haben allerdings bereits ihren festen Platz gefunden. Sie wissen das Lulu-Konzept zu schätzen. „Wir geben den Leuten eine Chance, zu testen, ob ihre Produkte ankommen. Hier ist immer was los, das zeigt, dass die Lulu lebt“, freut sich Friedmann.

Gerade für die Sommermonate möchte er noch mehr Menschen auf das Lulu-Areal locken: „Jetzt gibt es Late-Night-Shopping. Außen und hoffentlich bald innen soll es ein gastronomisches Angebot geben.“ Ein Biergarten auf den Außenflächen sowie kleine Events gehören mit zum Konzept, ebenso wie beispielsweise der Wettbewerb „Win a shop @ Lulu Mainz – Starte mir Deiner Idee durch“. Eine Ausstellung des Street-Art-Künstlers Banksy soll ab Oktober eine weitere Zielgruppe erschließen. Die IHK für Rheinhessen zeigt sich ebenfalls immer wieder, beispielsweise beim Gründungsbeach Ende August und beim Late-Night-Shopping Anfang September. Die Kreativität der Lulu-Macher sprudelt förmlich.

Shoppen, Kunst und Kultur sowie Gastronomie – dieses vielfältige Konzept soll den Standort auch nach dem Neubau an gleicher Stelle unter dem Motto „Lu erleben“ erfüllen. Mit der kleinen Lulu starten die Macher nun bereits einen Testballon, was möglicherweise auch in Zukunft funktioniert.

GRÜ



[lulu-mainz.de](https://www.lulu-mainz.de)

PERSPEKTIVWECHSEL INNENSTADT

Für eine lebendige Innenstadt braucht es noch mehr. Deshalb haben die IHK für Rheinhessen und die Wirtschaftsförderung der Stadt Mainz die Webinar-/Veranstaltungsreihe „Perspektivenwechsel Innenstadt“ gestartet.

Die nächsten Termine sind jeweils um 12.30 Uhr

9. September 2021, Thema: Junge Gründungskonzepte für die Innenstadt

4. November 2021, Pop-up-Konzepte



[Rheinessen.ihk24.de](https://www.rheinessen.ihk24.de)

STADT DER
REICHSTAGE

WORMS

WIR HABEN
DAS TAGEN
QUASI ERFUNDEN

Unsere ehemaligen
Tagungsgäste

KARL DER GROSSE
OTTO DER GROSSE
FRIEDRICH BARBAROSSA
RICHARD LÖWENHERZ
MARTIN LUTHER
ETC.

Eine bewährte Location,
um Geschichte zu schreiben:



www.wormser-tagungszentrum.de

Leitbild für lebendige Innenstädte

Die vier Industrie- und Handelskammern der Metropolregion Rhein-Neckar-Pfalz, Rhein-Neckar, Darmstadt Rhein Main Neckar und Rheinhessen (IHK MRN) - haben ein gemeinsames Leitbild zur „Zukunft Innenstadt“ veröffentlicht. Da die Corona-Krise den massiven Umbruch der Innenstädte beschleunigt hat, wollen die IHKs den Strukturwandel der Stadtzentren noch aktiver begleiten und vorantreiben.

Megatrend: Stadt als Lebensraum

„Bereits vor der Corona-Pandemie hat ein Transformationsprozess eingesetzt, der seit dem Frühjahr 2020 massiv beschleunigt wurde“, erklärt Albrecht Hornbach, Präsident der IHK Pfalz. „Die fundamentalen

„Unternehmer sind ein zentraler Teil der Stadtgesellschaft und als Arbeitgeber, Investoren oder Sponsoren wichtige Treiber der Stadtentwicklung. Die Mischung lokal verwurzelter Unternehmen und überregionaler Anbieter sorgt für ein unverwechselbares Innenstadt-Profil.“

Digitalisierungsdruck bei Unternehmen

Als zentralen Aspekt fordern die IHKs, Innenstädte zu Erlebnisorten umzugestalten.

„Der Umbruch in unseren Stadtzentren hat sich durch die Pandemie beschleunigt – doch unsere Innenstädte waren schon zuvor ständig im Wandel. Wenn wir sie als lebendige Anziehungspunkte erhalten wollen, müssen wir alle Kräfte bündeln. Von den Einzelhändlern sind attraktive Angebote, Servicequalität und Ideen gefragt – sie brauchen aber auch mehr Möglichkeiten, neue Konzepte und kreative Lösungen zu erproben“, stellt Michael Kundel fest, Vizepräsident der IHK für Rheinhessen. „Innenstadttakteure brauchen Spielraum statt Regulierung – mit einem neuen, unbürokratischeren Gestaltungsrahmen und innovativen Plattformen, die Entwicklungen vorantreiben. Das geht nur mit den richtigen gesetzlichen Rahmenbedingungen – und schnellen unbürokratischen Lösungen vor Ort, wie sie einige Kommunen während der Coronakrise zum Beispiel bei der Außengastronomie ermöglicht haben.“

Durch andere Kundenerwartungen und demografische Veränderungen eröffnet sich das Handlungsfeld „Professionelles Citymanagement und Netzwerke etablieren“. Deshalb betont Tatjana Steinbrenner, Vizepräsidentin der IHK Darmstadt: „Wir müssen neue Wege gehen, um die Menschen vor Ort wieder für die Innenstädte und Ortszentren zu begeistern.“

Schneller auf Trends reagieren

Der strukturelle Wandel der Innenstädte muss auch städtebaulich abgebildet werden. Um städtebauliche Missstände abzufangen und Verödungstendenzen entgegenzuwirken, müssen Gesetzgeber und Kommunen Möglichkeit schaffen, schneller und unbürokratischer auf Trends im Stadtbau und veränderte Nutzungsanforderungen einzugehen.

Gleichzeitig muss der Gesetzgeber konsequent Bauvorschriften streichen, die Innovationen hemmen. Um überhaupt in die Stadt zu kommen, braucht es nach Ansicht der IHKs ein innenstadtnahes Stellplatzangebot genauso wie gut ausgebaute Radwege und eine sinnvolle Einbindung des lokalen und regionalen ÖPNV.



Die vier IHKs aus der Metropolregion Rhein-Neckar (MRN) stellen ihr Leitbild für lebendige Innenstädte vor.

Veränderungen der Innenstädte sind nicht nur für den Handel eine Herausforderung, sondern betreffen alle Innenstadttakteure.“

Manfred Schnabel, Präsident der IHK Rhein-Neckar, hebt die Rolle des Unternehmertums hervor:



Können wir durch intelligente Anwendungen besser zusammenarbeiten – egal, wo wir sind?

Mit flexiblen digitalen Lösungspaketen hat Ihr Team
alles für eine gute und sichere Zusammenarbeit –
jederzeit und überall.

vodafone.de/mittelstand

Vodafone GmbH • Ferdinand-Braun-Platz 1 • 40549 Düsseldorf • vodafone.de/business



Together we can
vodafone
business

#GemeinsamSicherEinkaufen

Heimat shoppen

**Fahr nicht fort,
kauf vor Ort!**

www.rheinhausen.ihk24.de

IHK Rheinhausen

© gonnensgumrah - stock.adobe.com

Rheinhausen shoppt regional

Die Stärkung des regionalen Handels steht im Mittelpunkt der Kampagne „Heimat shoppen“, welche die IHKs deutschlandweit etabliert haben. Über 550 Städte und Gemeinden nehmen an der Aktion teil, aus Rheinhausen sind Alzey, Ingelheim und Worms mit dabei. In Alzey und Worms findet Heimat shoppen am 10. und 11. September statt, in Ingelheim am 24. und 25. September.

„Sowohl Alzey als auch Ingelheim sind in diesem Jahr das erste Mal beim Heimat shoppen mit dabei. Mit vielfältigen Aktionen werden die Händlerinnen und Händler die Aktionswochenenden zu einem besonderen Erlebnis für die Besucher machen. Heimat shoppen ist eine tolle Gelegenheit, um die Vielfalt des Angebotes vor Ort und die Servicequalität des lokalen Handels und der Gastronomie zu erleben“, sagt Dr. Ingrid Vollmer, Geschäftsführerin des IHK-Dienstleistungszentrums Bingen.

Über 100 Gewerbetreibende beteiligen sich in Worms

In Worms findet Heimat shoppen bereits zum dritten Mal statt. Nachdem bereits zum Start der Aktion im Jahr 2019 rund 80 Händlerinnen und Händler sowie Gastronomiebetriebe teilgenommen haben, werden sich in diesem Jahr über 100 Gewerbetreibende aus der Innenstadt und den Ortsteilen beteiligen. Mit einem Gewinnspiel wollen das Stadtmarketing Nibelungenstadt Worms e.V. und die IHK auf die verschiedenen Geschäfte aufmerksam machen. Zu gewinnen gibt es „Drachengold“, den Wormser Einkaufsgutschein, der bei vielen Händlern und Gastronomen eingelöst werden kann. Der beliebte Einzelhandelsflohmarkt am Samstag bringt zusätzliche Besucher in die Nibelungenstadt.

„Heimat shoppen stärkt nicht nur unsere Innenstädte und Ortszentren, sondern trägt auch zum sozialen Miteinander der Stadt bei. Eine lebenswerte Innenstadt bietet einzigartige Erlebnisse, das Einkaufen

spielt dabei eine wichtige Rolle. Gleichzeitig sind es die lokalen Einzelhandelsunternehmen, die jungen Menschen einen Ausbildungsplatz bieten, Kulturveranstaltungen unterstützen oder Vereine sponsoren", sagt Tim Wiedemann, Geschäftsführer des IHK-Dienstleistungszentrums Worms.

Aktion stärkt lokalen Handel und Gastronomie

Die Teilnahme am Heimat shoppen ist für die Betriebe kostenfrei. Die IHK stellt Plakate, Luftballons und Papertüten zur Verfügung. Die Organisation der Aktionswochenenden erfolgt gemeinsam mit den lokalen Gewerbevereinen und Netzwerken.

In Ingelheim wird Heimat shoppen vom Gewerbeverein Ingelheim aktiv e.V. umgesetzt. „Wir sind gerne beim Heimat shoppen dabei, weil wir gemeinsam mit den Gewerbetreibenden in ganz Deutschland auf den Wert des lokalen Handels und der Gastronomie aufmerksam machen möchten", sagt Stephan Trautmann, 1. Vorsitzender von Ingelheim aktiv e.V.

Kai Hornuf, Geschäftsführer des Stadtmarketing Nibelungenstadt Worms e.V., pflichtet ihm bei: „Viele Menschen möchten regional einkaufen. Dabei wollen wir gerne unterstützen. Dazu gehört auch, dass wir zeigen, dass es in unserer Stadt nahezu alles gibt, was das Herz begehrt. Wenn man dann den Innenstadtbesuch mit einem Kaffee oder Glas Wein abrunden kann, werden die Vorteile gegenüber dem Onlinehandel besonders deutlich".

In Alzey engagiert sich der Verkehrsverein Alzey e.V. bei der Umsetzung von Heimat shoppen. Der Vorsitzende des Verkehrsvereins, Christof Schönenberger, freut sich auf zahlreiche Besucher. „Wir werden ein buntes Rahmenprogramm bieten und Alzey von seiner besten Seite, nämlich vielfältig, persönlich und lebensfroh, zeigen."

Darum geht es beim Heimat shoppen, den Menschen vor Ort „Ihren" lokalen Handel näher zu bringen.

 www.heimat-shoppen.de/



Umzug?

Wir bieten Lösungen!



Mit uns - trotz Corona - weiter umziehen!

Höhne-Grass GmbH

- ✔ Firmenumzüge
- ✔ Privatumzüge
- ✔ Lagerung/ Self-Storage
- ✔ TÜV-zertifiziert



klimaneutral
umziehen



Offizieller
Umzugspartner


Johannes-Kepler-Str. 16, 55129 Mainz | Tel.: 06131-959880 | www.hoehne-umzug.de | www.sb-lagerhaus.de

#GemeinsamFürRheinlandPfalz

Bundestagswahl 2021 – Weichen für die Wirtschaft stellen

Wie positioniert sich die Wirtschaft in Rheinland-Pfalz zur Bundestagswahl? Die vier rheinland-pfälzischen Industrie- und Handelskammern vertreten die Interessen ihrer gut 250.000 Mitgliedsunternehmen, auch gegenüber der nächsten Bundesregierung. Ein Schlaglicht auf die politischen Forderungen der IHK-Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz.

Für starke Unternehmen: Abbau von Steuern und Bürokratie

Um bei der Steuerbelastung international wettbewerbsfähig zu sein, müssen die Abgaben für Unternehmen reduziert werden. Die aktuellen steuerlichen Rahmenbedingungen führen dazu, dass das Eigenkapital von Unternehmen in Deutschland stärker belastet wird als in vergleichbaren Industriestaaten. In der Folge können Unternehmen weniger investieren. Neben dem Belastungsniveau müssen auch das Steuerverfahren und Dokumentationspflichten handhabbar gestaltet werden – die Chancen der Digitalisierung sollten hier konsequent genutzt werden.

Die Dichte an Regulierung ist in Deutschland zunehmend unübersichtlich. Damit Bürokratieabbau gelingen kann, müssen neue Gesetze einer Folgen- und Kostenschätzung unterzogen und bestehende Gesetze auf ihre Praxisstauglichkeit geprüft werden – zum Beispiel im Hinblick auf Innovationshemmnisse. Zusätzlich zu besseren Rechtsvorschriften muss der Zugang zu Verwaltungsleistungen gebündelt und das Potenzial von E-Government konsequent ausgeschöpft werden, um zum Beispiel digitale Unternehmensgründungen binnen 48 Stunden zu ermöglichen. Dazu sollten Standards in den öffentlichen IT-Infrastrukturen etabliert und die Koordination zwischen den Politikbenen verbessert werden.

Für einen attraktiven Wirtschaftsstandort: Leistungsfähige Infrastrukturen und belastbare Zukunftskonzepte

Verkehrsnetze, Infrastrukturen für Digitalisierung und Energieversorgung sowie zukunftsfähige Innenstädte sind für wirtschaftliche Aktivitäten wesentlich. Deshalb sollten Investitionen in Hauptverkehrsachsen verstetigt werden. Ebenso ist eine bessere Erreichbarkeit von ländlichen Regionen gefragt. Für Glasfaseranschlüsse sowie 5G-Mobilfunknetze, aber auch für Erzeugungsanlagen erneuerbarer Energien sind jedoch nicht nur finanzielle Mittel wichtig, sondern auch schnelle Plan- und Genehmigungsverfahren.

Bei der Stadtentwicklung müssen Immissionsschutzregeln flexibler gestaltet und Zukunftsmodelle erprobt werden.

Klimaschutz kann nur durch gesamtgesellschaftliche und weltweite Anstrengungen gelingen. Statt politischer Detailsteuerung und einseitiger Restriktionen sollte der Fokus bei der Energie- und Verkehrswende auf marktbasiertere und technologieneutrale Instrumente gelegt werden. Dadurch können international wettbewerbsfähige Preise im Energiesektor

und eine reibungslose Logistik im Güterverkehr sichergestellt werden.

Für qualifizierte Fachkräfte: Stärkung der betrieblichen Aus- und Weiterbildung

Angesichts des Fachkräftemangels muss das Engagement intensiviert werden, junge Menschen bereits während ihrer Schulzeit für eine betriebliche Ausbildung zu gewinnen. Auch sollten zukunftssichernde Konzepte für Berufsschulen entwickelt und digitale Kompetenzen in Curricula verankert werden.

Zudem müssen die neuen Bachelor- und Masterabschlüsse der Höheren Berufsbildung zügig umgesetzt werden. Dies fördert die Durchlässigkeit zwischen akademischer und beruflicher Bildung. Schließlich sollten auch Anreize geschaffen werden, um der Weiterbildung einen noch größeren Stellenwert zu verschaffen.

MANUEL HEIGL



#GEMEINSAMFÜRHEINLANDPFALZ

Die vier rheinland-pfälzischen IHKs bilden auf Landesebene eine Arbeitsgemeinschaft. Diese vertritt das Gesamtinteresse der rund 250.000 Mitgliedsunternehmen aus Industrie, Handel und Dienstleistungen gegenüber der Bundes- und Landespolitik sowie anderen Organisationen. Alle Positionen zur Bundestagswahl finden sich unter



ihk-rlp.de/bt-wahl



Wie Sie Umwelt und Umsatz gerecht werden? Mit uns.

Weil's um mehr als Geld geht.

Große Schritte gehen Sie am besten gemeinsam mit uns. Ob in eine grüne Zukunft, auf globalen Märkten oder in digitalen Welten – als starker Partner an Ihrer Seite unterstützen wir Sie bei allen Themen, die Ihnen wichtig sind.

Mehr Infos auf [sparkasse.de/unternehmen](https://www.sparkasse.de/unternehmen)



Boehringer versorgt mehr Menschen und Tiere weltweit

Boehringer Ingelheim blickt nach der ersten Jahreshälfte 2021 positiv auf das Geschäftsjahr: Die Forschungs- und Entwicklungs-Pipeline des Ingelheimer Pharmaunternehmens von Humanpharma umfasse über 60 neue Wirkstoffe sowie rund 100 klinische und präklinische Projekte. Mit dieser Pipeline bestehe das Potenzial, bis 2025 die Zulassung für bis zu 15 Medikamente zu beantragen. Schon jetzt hat Boehringer in der ersten Jahreshälfte 2021 mehr Menschen und Tiere weltweit mit innovativen Medikamenten versorgt als je zuvor. Über große Erfolge berichtet das rheinhessische Unternehmen auf die Behandlung von Herzinsuffizienz mit Empagliflozin (das unter dem Namen JARDI-ANCE® auf dem Markt ist). „Trotz aller medizinischen Fortschritte in den letzten Jahrzehnten gibt es weiterhin viele Krankheiten, für die bisher

keine geeignete Behandlungsmöglichkeit existiert. Deshalb konzentrieren wir uns bei Boehringer Ingelheim auf Bereiche, in denen der medizinische Innovationsbedarf hoch ist“, sagt



Die Forschungs- und Entwicklungs-Pipeline von Boehringer Ingelheim im Bereich Humanpharma umfasst über 60 neue Wirkstoffe sowie rund 100 klinische und präklinische Projekte.

Hubertus von Baumbach, Vorsitzender der Unternehmensleitung. Boehringer Ingelheim engagiert sich auch weiterhin bei der Su-

che nach potenziellen Therapeutika gegen das SARS-CoV-2-Virus.

Trotz umfassender Investitionen in die Forschung setzt Boehringer Ingelheim nach dem

erfolgreichen Geschäftsjahr 2020 seinen positiven Trend nach eigenen Angaben im ersten Halbjahr 2021 fort. Das Unternehmen erzielte Umsatzer-

löse von 9,8 Mrd. EUR, eine Steigerung um 5,8 Prozent (gegenüber dem Vorjahr und währungsbereinigt). Alle drei Geschäftsbereiche (Humanpharma, Tiergesundheit, Biopharmazeutische Auftragsproduktion) trugen zu diesem Umsatzwachstum bei.

GRÜ

ZERTIFIZIERT

Boehringer Ingelheim ist mit der EU-Gewährleistungsmarke „GreenCanteen“ zertifiziert worden. Dieses Zertifikat sei erstmals für ein Unternehmen in Deutschland vergeben worden, teilte das Ingelheimer Unternehmen mit. Das Mitarbeiterrestaurant in Ingelheim punktet mit nachhaltigem Umwelt- und Gastronomiekonzept, was eine unabhängige Zertifizierungsgesellschaft nun auch bescheinigte.

TRACOE liegt weit über Plan

Nach wie vor spürt TRACOE medical die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf das Geschäft, doch diese ist nicht der einzige Grund für die anhaltend hohe Nachfrage. Seine positive Halbjahresbilanz 2021 führt der in Nieder-Olm ansässige Hersteller und Vertreiber von Medizinprodukten und Hilfsmitteln u. a. auch auf ein starkes Wachstum in Südamerika zurück. So baute die Unternehmensgruppe XTR Group, zu der neben TRACOE medical Deutschland weitere Partner zählen ihren Gesamtumsatz gegenüber dem Vorjahr um 3 Prozent auf 22,98 Mio. EUR. TRACOE medical Deutschland setzte davon in der

ersten Jahreshälfte allein 17,49 Mio. EUR um und wuchs somit gegenüber dem Vorjahr um 10,8 Prozent. Dr. Thomas Jurisch, Geschäftsführer und Sprecher



der Geschäftsführung der TRACOE medical: „Damit liegen sowohl die Gruppe als auch TRACOE medical Deutschland über Plan, und zwar deutlich um

8,8 Prozent bzw. um 11,5 Prozent. Darüber freuen wir uns sehr, wir wissen aber auch, dass dies zum Teil auf die immer noch stark erhöhte Nachfrage nach unseren



Produkten für COVID-19-Patienten auf der ganzen Welt zurückzuführen ist.“ Haupttreiber der Umsatzsteigerung ist die Produktgruppe: „Im

deutschen Klinikmarkt beobachten wir in dieser Gruppe ein Wachstum um 45 Prozent – das ist enorm. TRACOE vario ist eine weiche, flexible Kanüle mit einem variabel verstellbaren Kanülenschild“, erklärt Jurisch. Um die anhaltend hohe Produktnachfrage bedienen zu können, hat das Unternehmen seit Januar 2021 außerdem 17 neue Kolleginnen und Kollegen eingestellt. „Somit beschäftigt TRACOE medical nun insgesamt 275 Mitarbeitende – und es werden noch mehr in diesem Jahr“, so Geschäftsführer Rimm Elfu.

GRÜ

BioNTech wächst rasant und investiert in Zukunftsprodukte

BioNTech SE schließt das erste Halbjahr 2021 mit einem Gesamtumsatz von 7,357 Mrd. EUR ab, verglichen mit 69,4 Mio. EUR für den Vorjahreszeitraum. Dieser Anstieg ist hauptsächlich auf die schnelle Steigerung der weltweiten COVID-19-Impfstoff-Versorgung zurückzuführen. Für diesen Zeitraum fielen Umsatzkosten in Höhe von 1,117 Mrd. EUR, verglichen mit 11,5 Mio. EUR für den Vorjahreszeitraum an. Für Forschung und Entwicklung schlugen 417,3 Mio. EUR zu Buche (160,3 Mio. EUR 2020). Für das Gesamtjahr 2021 schätzt

das Mainzer Unternehmen F&E-Ausgaben in Höhe von 950 bis 1.050 Mio. EUR.

BioNTech erwirtschaftete einen Nettogewinn von 3,915 Mrd. EUR, verglichen mit einem Nettoverlust in Höhe von 141,7 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum. Die Unternehmen erwarten, dass der Auftragsbestand weiter wächst.

Wachstum durch Expansion

Darüber hinaus unternimmt das Mainzer Biotechnologieunternehmen weitere Schritte zu einem weltweit agierenden Unternehmen. Für die Tumorforschun-

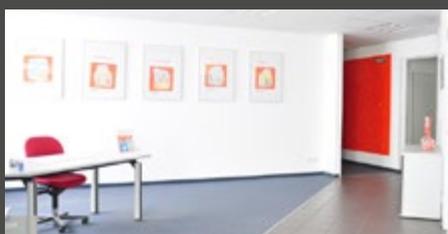
gen haben BioNTech SE und Kite, ein Unternehmen der Gilead-Gruppe, einen Vertrag zur Übernahme von Kites Neoantigen T-Zell-Rezeptor (TCR) Entwicklungsplattform für solide Tumore sowie der Produktionsstätte für klinische Produktkandidaten im US-amerikanischen Gaithersburg geschlossen. Die Produktionsstätte wird die Herstellungskapazitäten für klinische Studien in den Vereinigten Staaten unterstützen und BioNTechs bestehende Produktionskapazitäten für Zelltherapien am Standort Idar-Oberstein in Deutschland ergänzen.

Im Kampf gegen COVID-19 werden die Partner Pfizer und BioNTech nun in Afrika aktiv. Sie haben die Absicht, mit dem in Kapstadt ansässigen südafrikanischen biopharmazeutischen Unternehmen Biovac zusammen zu arbeiten und damit die Grundlage für eine Versorgung mit COVID-19-Impfstoffs für den afrikanischen Kontinent zu schaffen.

GRÜ

- Anzeige -

Moderne Büroflächen provisionsfrei zu vermieten



Mainz-Hechtsheim: Gepflegte, lichtdurchflutete Büroflächen zwischen 350 m² und 1.050 m² mit ausreichend Parkplätzen, grüner Umgebung und schnellem Anschluss an den Mainzer Ring A60 sowie das Rhein-Main-Gebiet



Mala gehört jetzt zu BERICAP

BERICAP, ein weltweit führender Hersteller von Kunststoffverschlässen, hat die Mala Verschluss-Systeme GmbH übernommen und erweitert damit das Produktportfolio um Aluminiumverschlüsse.

Mala ist ein Familienunternehmen mit Hauptsitz in Bad Liebenstein, Thüringen, das mit der Produktion und dem Vertrieb von Aluminiumdrehverschlässen für Spirituosen, Wein, alkoholfreie Getränke und Speiseöl 2020 einen Jahresumsatz von 40 Millionen EUR erwirtschaftete. Durch die komplementären

Ansätze ergänzen sich sowohl die Produktprogramme als auch die Kunden von BERICAP und Mala: Während sich BERICAP auf die Herstellung und den Vertrieb von Kunststoffverschlässen für die Getränke-, Nahrungsmittel- und die chemische Industrie konzentriert, ist Mala Spezialist für Roll On Pilfer Proof (ROPP)-Verschlüsse und Longcaps aus Aluminium für den Wein- und Spirituosenmarkt. Dadurch entstehen starke Synergien, von denen beide Unternehmen profitieren.

GBK übernimmt Giefer

Die GBK GmbH Global Regulatory Compliance mit Sitz in Ingelheim übernimmt die Gefahrgut-Umweltschutz C. Giefer GmbH & Co. KG. Das laut Unternehmensangaben bundesweit eines der führenden Consultingunternehmen im Umgang mit Gefahrgut und Gefahrstoffen könne damit seine Marktposition deutlich stärken.

Das seit 34 Jahren bestehende Traditionsunternehmen Giefer wird selbstständig unter dem bekannten Namen weitergeführt. Als Geschäftsführer sind Martina Giefer und Thomas Jost

bestellt, die damit auch für die strategische Weiterentwicklung verantwortlich sind. Der Gründer und ehemalige Geschäftsführer Cornelius Giefer wird zur reibungslosen Bewältigung des Übergangs weiterhin als Berater zur Verfügung stehen.

Die GBK GmbH Global Regulatory Compliance, Ingelheim, ist ein international tätiges Consultingunternehmen rund um die Themen Umwelt, Gesundheit und Sicherheit.

Neue Niederlassung

Die Chemservice GmbH aus Worms gründet eine Niederlassung in der Türkei. Aufgrund der gestiegenen Nachfrage an regulatorischen Dienstleistungen für die türkische Chemikalienregulierung KKDİK, hat die Chemservice ein Büro in Istanbul in der Türkei eröffnet. Hierdurch erweitert die Chemservice-Gruppe ihr Leistungsspektrum um KKDİK-Compliance und bietet sowohl technische Registrierungsleistungen als auch Konsortial- und Datenteilungsmanagement an. KKDİK ist das türkische Gegenstück zur europäischen REACH-Verordnung. Die seit 2017 bestehende Verordnung sieht die Registrierung chemischer Substanzen nach REACH-Vorbild vor – mit einer Vorregistrierungsfrist, die im Dezember 2020 endete. Nicht-türkische Hersteller können einen Alleinvertreter bestellen, ansonsten obliegt dem türkischen Importeur die Registrierungsverpflichtung.

Köbig verzeichnet starkes Umsatzplus

Die J.N. Köbig GmbH erzielte nach eigenen Angaben im Geschäftsjahr 2020 an ihren elf Standorten in Rheinland-Pfalz und Hessen mit 170 Millionen EUR 11,6 Prozent mehr Umsatz als im Jahr zuvor. Damit festigt der Baubedarfsspezialist Köbig seine Marktposition. Für die Köbig-Gruppe wurden im vergangenen Jahr rund 190 (2019: 165) Millionen EUR an Umsatzerlösen ermittelt, eine Steigerung um 15,1 Prozent. Mit einer aktuellen Eigenkapitalquote von 54,7 (2019: 48,6) Prozent besitze Köbig eine solide finanzielle Basis.

Für Markus Thurn kam diese Entwicklung aufgrund der guten Auslastung der Bauwirtschaft zwar nicht völlig überraschend. Aber die „Umsatzexplosion von Herbst bis zum Jahresende 2020“ sei für Köbig schon außergewöhnlich gewesen. Markus Thurn ist nach dem plötzlichen Tod seines Bruders Stefan im letzten Jahr jetzt alleiniger geschäftsführender Gesellschafter. Umsatzstärkste



Der geschäftsführende Gesellschafter Markus Thurn rechnet auch im laufenden Jahr mit einem weiteren Umsatzplus. Bis Ende 2022 will das Unternehmen die Umsatzmarke von 200 Millionen EUR übertreffen.

Köbig-Geschäftssparte ist unverändert der Baustoff-Bereich (zirka 50 Prozent), gefolgt von den Geschäftsbereichen Haustechnik und Fliesen. Für 2021 prognostiziert Köbig ein Umsatzwachstum von 3,5 Prozent. wie der geschäftsführende Gesellschafter beschreibt: „Diese

vorsichtige, zurückhaltende Erwartung ist in erheblichem Maße einer zunehmenden Materialverknappung geschuldet.“ Besonders kritisch sei die Versorgung des Handels bereits mit Holz und Kunststoff-Artikeln.

GRÜ

Nachhaltige Logistik für Eckes-Granini

Als erstes Unternehmen in Deutschland ist Eckes-Granini nach eigenen Angaben mit dem 3rd Star der Initiative „Lean & Green“ von GS1 Germany zertifiziert und ausgezeichnet worden. Das Familienunternehmen habe seit 2012 kontinuierlich verschiedene Maßnahmen hinsichtlich seiner Ökoeffizienz in den Lager- und Logistikprozessen an seinen drei Standorten in Nieder-Olm, Bröl und Bad Fal-

lingbostel umgesetzt. Konkret zielt die Nachhaltigkeitsinitiative „Lean & Green“ auf die Reduktion von Treibhausgas-Emissionen ab. „Als Gründungsmitglied der Initiative wollen wir mit gutem Beispiel vorangehen und sind stolz darauf, als erstes Unternehmen in Deutschland mit dem 3rd Star ausgezeichnet worden zu sein“, sagt Dr. Kay Fischer, Geschäftsführer von Eckes-Granini Deutschland.

Außerdem stellt Eckes-Granini seine Saftflaschen sukzessive auf Pfandprodukte um. Denn zum 1. Januar 2022 wird das gesetzliche Saftpfand für Kunststoff-Einwegflaschen auch auf Säfte und Nektare ausgeweitet, was das Nieder-Olmer Unternehmen ausdrücklich begrüßt.

GRÜ

Zukäufe bei Aareon

Aareon und Fixflo haben einen Vertrag zur Übernahme von hundert Prozent der Anteile an Fixflo durch die Aareon AG unterzeichnet. Das Unternehmen wurde 2012 gegründet und verwaltet mit der Lösung rund 1,2 Millionen Einheiten für rund 1.500 Kunden.

Ebenfalls in Großbritannien hat Arthur Online, eine britische Tochtergesellschaft von Aareon, einen Vertrag über den Erwerb von hundert Prozent der Anteile an RentPro Ltd. und Curo Software Ltd. (Großbritannien), die unter dem Namen „Tilt Property Software“ (Tilt) auf dem Immobilienmarkt in Großbritannien aktiv sind, unterzeichnet.

Dr. Manfred Aiflen, Vorstandsvorsitzender der Aareon AG: „Nach den jüngsten Akquisitionen von Arthur Online und Fixflo in Großbritannien bauen wir unsere Position im britischen Markt für kleine und mittlere Immobilienverwalter weiter aus.“

Investor für Merula

Das rheinland-pfälzische Start-up Merula GmbH hat im Sommer 2021 den SevenAccelerator als ersten Investoren an Bord geholt. Bereits 2019 ermöglichte ein Medieninvestment des zur SevenVentures GmbH gehörenden SevenAccelerators im niedrigen, einstelligen Millionenbereich der Merula GmbH die Platzierung von Werbespots über den Merula Cup im Sendeumfeld von ProSieben, SAT.1, Kabel Eins und sixx. So konnten etwa 20 Millionen Konsumenten

im Jahr 2019 zum ersten Mal Werbung über eine Menstruationstasse im deutschen TV sehen. Der Anstieg der Markenbekanntheit war deutlich spürbar.

Merula profitierte und erzielte im gleichen Jahr erstmals einen siebenstelligen Umsatz. Mit der Übernahme von Unternehmensanteilen aus dem Media-Deal beteiligt sich der Investment-Arm des Medienunternehmens ProSiebenSat.1 aus Unterföhring nun als ers-

ter Investor an dem Start-up, das bislang nur im Besitz der beiden Gründer André Eichhorn und Merle-Marie Forstmann war.

JETZT BUSINESS-PAKET SICHERN!

Masken Made in EU ✓

Medizinische Gesichtsmasken (Typ II & Typ IIR)

nach DIN EN 14683:2019+AC2019 ✓

FFP2 Masken nach DIN EN 149:2001+A1:2009 ✓

Covid-19-N-Antigen-Schnelltest

(Laienzugelassen von BfArM) ✓

JETZT BESTELLEN UNTER
www.virshields.com

ÜBERZEUGEN SIE SICH SELBST!

FRAGEN SIE INDIVIDUELLE GROSSMENGEN GERNE AN!

Mask Authority GmbH | www.virshields.com | info@virshields.com

SAFETY FIRST



TYP II MEDIZINISCHE GESICHTSMASKE
AB
0,07 €
zzgl. 19% MwSt.
PRO MASKE

FFP2 MASKE
AB
0,22 €
zzgl. 19% MwSt.
PRO MASKE



Wechsel an der Spitze der mainzplus CITYMARKETING

Mit Blick auf den kommenden Ruhestand des langjährigen Geschäftsführers August Moderer wird die Spitze der städtischen Tourismus-, Kongress- und Kulturgesellschaft mainzplus CITYMARKETING auf Vorschlag des ZBM-Aufsichtsrats neu besetzt: Katja Mailahn und Marc André Glöckner wechseln aus der Stadtverwaltung Mainz in das städtische Tochterunternehmen. August Moderer hinterlässt dabei ein international aufgestelltes Unternehmen, das den Tourismus- und Kongressstandort Mainz erfolgreich vermarktet und gestaltet hat.



Katja Mailahn und Marc André Glöckner bilden das neue Führungsduo von mainzplus CITYMARKETING.

Marc André Glöckner ist Pressesprecher der Landeshauptstadt Mainz und leitet seit 2017 die städtische Pressestelle. Davor durchlief er einige Stationen bei

stadtnahen GmbHs. Er ist bereits ab September 2021 mit in die Geschäftsführung eingestiegen – sein Schwerpunkt wird im kaufmännischen Bereich liegen.

Katja Mailahn stößt Anfang 2022 hinzu. Der größte Teil ihres knapp 30-jährigen Berufslebens, inklusive Bachelorstudium zur Hotelbetriebswirtin, kann dem Tourismus- und Meeting-Business zugezählt werden. Selbst während ihrer neun Jahre im Amt für Öffentlichkeitsarbeit der Landeshauptstadt war die gelernte Hotelfachfrau lange zuständig für die Geschäftsstelle der Great Wine Capitals und hat in deren Namen Messen, Meetings und Events durchgeführt.

GRÜ

BKM mit neuem Vorstand

Der Sprecher des Vorstandes der Bausparkasse Mainz AG (BKM), Dr. Bernd Dedert (63), ging wie geplant mit Wirkung zum 31. August 2021 in Ruhestand. Seine Zuständigkeit für die Marktbereiche Vertrieb, Kundenservice/Kommunikation und Kredit hat seit September 2021 Björn Licht (47) übernommen, der zum (stellvertretenden) Vorstandsmitglied ernannt wurde. Björn Licht blickt auf eine langjährige Tätigkeit für die BKM in diversen Fach- und Führungsfunktionen zurück.

Die Funktion des Vorstandssprechers übernimmt Michael Hawighorst (60), Mitglied des Vorstandes seit 2008 und zuständig für die Marktfolgebereiche Finanz- & Risikocontrolling, IT & Organisation, Personal & Recht sowie Kreditsanierung.

Thimm investiert in Wörrstadt

Das Familienunternehmen Thimm investiert bis 2023 sechs Mio. EUR in den Wörrstädter Standort. Geplant ist die Installation von drei Faltschachtelklebemaschinen mit zugehöriger Peripherie. So soll die in 2020 gestartete Erweiterung des Produktportfolios auf nachhaltige E-Commerce-Verpackungen und Spezialverpackungen mit hochwertigem Digital-, Flexo- und Offsetdruck sowie warentragende Verkaufsauf-

steller (Displays) umgesetzt werden. Außerdem wird die Druckvorstufe deutlich erweitert und stärker in der Thimm Gruppe vernetzt.

Der neue Maschinenpark ergänzt die bestehenden Klebmaschinen am Standort in der Carl-Benz-Straße. Bis Ende letzten Jahres wurden hier hauptsächlich Verkaufsaufsteller und Dekorationen aus Wellpappe produziert. Seither wird der Weg zum erweiterten Portfolio geeb-

net. Der Standort Wörrstadt soll sich so vom reinen Displayproduzenten zu einem führenden Hersteller für E-Commerce-Verpackungen und warentragenden Verkaufsaufstellern entwickeln, was Wörrstadt zu einem wichtigen langfristigen Baustein in der strategischen Planung der gesamten Unternehmensgruppe mache.

Neue Kunden und Auszeichnung für Bartenbach

Für den Relaunch der Marke Erbe erhalten die Bartenbach AG und Erbe Elektromedizin den German Brand Award in der Kategorie „Excellence in Brand Strategy“. Ausgezeichnet wird damit ein Projekt, das seit seinem Launch 2015 nichts an Strahlkraft verloren habe und zeige, wie nachhaltig eine gut durchdachte und ganzheit-

liche Markenentwicklung sei, so die Jury.

Die Bartenbach AG gewinnt den Befestigungsspezialisten Gottlieb Binder als neuen Kunden, ebenso wie den PLM-Spezialisten der SolidLine GmbH.

Und auch die Simona AG setzt auf die Mainzer Agentur: Die Bartenbach AG unterstützt den Hersteller von Kunststoffen

künftig auch in der Unternehmenskommunikation im Bereich Investor Relations.

Ebenfalls aus der Region stammt ein weiterer neuer Kunde, die Hunsrück-Touristik. Hier soll die Mainzer GWA-Agentur eine neue Corporate Identity inklusive neuem Corporate Design (CD) für die Tourismusregion Hunsrück erstellen.

Neue Pouch-Anlage für Reh Kendermann

Die Binger Weinkellerei Reh Kendermann befindet sich weiterhin auf Wachstumskurs: Während die Standorterweiterung am Hauptsitz planungsgemäß voranschreitet, hat das Unternehmen in eine neue Abfüllanlage für Pouches investiert. „Die Investition in die neue Anlage ermöglicht es uns, das Angebot an Gebindevarianten zu verbreitern. Gerade in Skandinavien – einem unserer Hauptmärkte – ist der 1,5 Liter Pouch jetzt schon sehr beliebt“, berichtet Alexander Rittlinger, CEO von Reh Kendermann.

Die Umweltbilanz eines Pouch könne sich im Vergleich zur Flasche sehen lassen. Berechnungen zufolge sei der ökologische



Alexander Rittlinger, CEO von Reh Kendermann, vor der neuen Pouch-Anlage.

Fußabdruck eines Weines im Pouch sogar um achtzig Prozent geringer als der von Rebensaft in der Flasche. Begründet wird dies vor allem durch das leichte Gewicht der Verpackung von nur 35 Gramm bei einer Füllung mit 1,5 Litern Wein. Der Transport von leeren Pouches schlage im Vergleich zu Glas ebenfalls positiv zu Buche. Hier passen bis zu sieben Mal mehr leere Beutel in einen einzigen LKW. „Pouches haben völlig zu Unrecht ein weniger gutes Image“, hebt Alexander Rittlinger hervor. Er ist überzeugt, dass der Pouch langfristig auch in Deutschland an Beliebtheit zunehmen wird.

GRÜ

Ausgezeichnet Atrium goes green

Das mainzplus DIGITAL-Studio im Frankfurter Hof Mainz wurde jüngst von einer Fachjury für den renommierten „Location Award 2021“ in der Kategorie „Beste Streaming Location“ nominiert – und nun per Online-Voting auf den 2. Platz aus rund 30 Bewerbungen aus der deutschen Veranstaltungsbranche gewählt. Das von mainzplus CITYMARKETING und dem Technikpartner WRS Event-Engineering Veranstaltungstechnik umgesetzte Live-Studio sowie die begleitende Streaming-Plattform gelten somit als innovatives Vorzeigeprojekt im Fachbereich „digitale Events“.



www.mainzplus.digital

Das Atrium Hotel Mainz hat zwei Auszeichnungen erhalten, die umweltschonendes Denken und Handeln im 4-Sterne-Superior Haus hervorheben. Dr. Lothar Becker und sein Team erreichten Platz 1 bei den „Certified Green Hotel“ in Rheinland-Pfalz sowie Silber beim „DEHOGA Umweltcheck“. Nachdem das Atrium Hotel bereits beim letzten Prüfergebnis Platz 1 unter allen „Certified Green Hotels“ in Rheinland-Pfalz belegen konnte, hat es bei der Re-Zertifizierung erneut mit „sehr gut“ abgeschnitten. Damit ist das Atrium Hotel auch 2021 das beste nachhaltige Hotel im Bundesland. Zu den Auswahlkriterien heißt es bei „Certified“ wie folgt: „Ein Certified Green Hotel ist ein nachhaltig und zukunftsweisend geführtes Hotel. Der verantwortungsvolle Umgang mit Ressourcen wird hier genauso großgeschrieben

wie ein fairer Umgang mit Personal und Lieferanten. Zudem ist das Speiseangebot regional und saisonal.“

Beim „DEHOGA Umweltcheck“ müssen sich die Teilnehmer einer kritischen Überprüfung in den Bereichen Energie- und Wasserverbrauch, Abfallaufkommen, Restmüll und verantwortungsvollem Einsatz von Lebensmitteln unterziehen. Der

aktive Einsatz für die Umwelt überzeugte die Tester auch diesmal wieder und brachte dem inhabergeführten Hotel erneut Silber ein. „Auch wenn diese erfreulichen Ergebnisse Tag für Tag hart erkämpft werden müssen, so sind sie für uns alle Lob und Ansporn zugleich auf unserem Weg in eine lebenswerte Zukunft“, sagt Dr. Lothar Becker.

ANTJE PULINCKX-MAURER,
Rechtsanwältin und Mediatorin

In mir finden Sie eine kompetente Beraterin in allen familienrechtlichen Angelegenheiten.



- Ehescheidung • Eheverträge • Unterhalt
- Zugewinn • Testamente • Mediation

Kanzlei Antje Pulinckx-Maurer
Markt 31, 55116 Mainz
Tel.: 06131- 22 11 12, E-Mail: info@a-maurer.com
www.a-maurer.com

sportgreen jetzt in Ingelheim

Flagship Store eröffnet: Der Online-Shop sportgreen.de schafft Anlaufstellen für nachhaltige Sportbekleidung, eine davon in

Ingelheim. Das Unternehmen möchte Sport und Nachhaltigkeit zusammenführen. Im April ist der erste Online-Shop für nachhaltig

produzierte Sportbekleidung an den Start gegangen. Als zweiter Schritt gilt die Eröffnung des Geschäfts in Ingelheim. Auf 800 Quadratmetern finden Besucher neben dem Sortiment auch viele Informationen zum Thema Nachhaltigkeit und fairen Produktionsbedingungen für Sportbekleidung. sportgreen soll kein reiner Online-Handel bleiben, sondern wird Schritt für Schritt durch Fachgeschäfte ergänzt. „Das Thema Nachhaltigkeit stellt für die Hersteller von Sportbekleidung tatsächlich eine echte Herausforderung dar. Wir bieten zunächst einmal Marken an, die

mindestens zu 50 Prozent nachhaltig produziert wurden und aus recyceltem Material bestehen. Der Anteil soll in den nächsten Jahren wachsen“, sagt Joachim Kiegele, Gründer von sportgreen. Im dritten Schritt will sportgreen in die Kreislauf-Wirtschaft einsteigen – cradle to cradle, von der Wiege zur Wiege. Das bedeutet: Konsumenten können ihre gebrauchten und abgetragenen Sportsachen bei sportgreen abgeben. Die Plattform kümmert sich um das Recycling und die Weiterverwendung der Ressourcen für die Herstellung neuer Produkte.



Joachim Kiegele, Gründer von sportgreen

Convention Bureau Rheinland-Pfalz gegründet

Die großen Städte des Landes Mainz, Koblenz, Trier, Ludwigshafen und Worms haben sich zusammengetan, um ein neues Marketing- und Vertriebsbüro zu gründen: Das „Convention Bureau Rheinland-Pfalz“ repräsentiert das städtische Angebot am Tagungs- und Kongress-

standort Rheinland-Pfalz – mit dem Ziel, den Geschäftstourismus im Land nachhaltig zu stärken. Unterstützt werden die Städte u.a. vom Wirtschaftsministerium Rheinland-Pfalz, der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, dem DEHOGA Rheinland-Pfalz und dem Städtetag

Rheinland-Pfalz. Im Rahmen einer breit angelegten Marketing- und Vertriebskampagne im neuen Corporate Design werden noch in diesem Herbst diverse Maßnahmen umgesetzt, die erstmals gebündelt für den Tagungs- und Kongressstandort Rheinland-Pfalz wer-

ben. Geplant sind u.a. PR-Berichte in relevanten Fach- und Wirtschaftsmagazinen, Online- und Social Media-Kampagnen, die Teilnahme an virtuellen Messen und Netzwerk-Events sowie die Veröffentlichung der neuen Online-Plattform www.rlp-conventions.com.

Spatenstich in Bolu

SCHOTT investiert neun Millionen EUR in eine hochmoderne und digitalisierte Infrastruktur an seinem türkischen Flachglas-Produktionsstandort in Bolu. Der erste Schritt war der Spatenstich für das Gebäude Anfang Juli. Diese Investition umfasst modernste Produktionstechnologie und digitale Infrastruktur. Das dortige Tochterunternehmen SCHOTT Orim liefert veredelt Flachgläser – diese helfen Hausgeräteherstellern im In- und Ausland dabei, neuartige Designs und Funktionen zu verwirklichen. „Die Investition erhöht die Pro-

duktionskapazität in Bolu um 50 Prozent und unterstreicht die Bedeutung des Hausgerätegeschäfts für SCHOTT. Megatrends wie Cocooning oder Urbanisierung führen dazu, dass die Menschen ihr Zuhause aufwerten. Daher sind Spezialglaslösungen für die Hausgeräteindustrie ein wichtiger Wachstumstreiber für uns“, sagt SCHOTT Vorstandmitglied Dr. Heinz Kaiser.

Das Engagement in der Türkei ist Teil der globalen SCHOTT Wachstumsstrategie. Im zweiten Jahr in Folge realisiert der Technologiekonzern ein Rekord-Investiti-

onsprogramm mit allein 350 Millionen EUR Investitionen im laufenden Geschäftsjahr. In Deutschland investiert SCHOTT in den weiteren Ausbau der Pro-

duktion von Pharmarohr sowie Pharmaverpackungen und den Ausbau der Dünnglasfertigung. Alle Projekte seien trotz der Pandemie im Zeitplan.



Spatenstich am türkischen Flachglas-Produktionsstandort in Bolu.

PULS

UNTERNEHMEN IM FOKUS

AUSGABE 2/2021
WWW.PULS-NEWS.DE



Digitalisierung in Unternehmen

Starke Partner präsentieren sich:

Experten
Spezialisten
Dienstleister
Berater



Information und Know-how werden zum Schlüssel

Noch nie haben sich die Bedingungen, unter denen wir leben und arbeiten, so schnell und so radikal verändert wie es derzeit geschieht. Neue Berufsbilder entstehen, andere wandeln sich tiefgreifend oder verschwinden. Das gilt ebenso für betriebliche Organisationen und Prozesse, wie Informationen verteilt werden und wie Mitarbeitende kommunizieren. Wissen ist mehr denn je der Kern dessen, was den Erfolg eines Unternehmens bestimmt.

„Eine Investition in Wissen bringt immer noch die besten Zinsen“, soll Benjamin Franklin einmal gesagt haben. Das fasst ganz gut zusammen, worum es in dieser Ausgabe von PULS geht. Beim Thema Digitalisierung lenken wir diesmal den Blick darauf, wie Unternehmen künftig aufgestellt sein müssen, wenn es um die wichtigsten Ressourcen geht: Mitarbeitende und Know-how. Es ist einleuchtend, dass veränderte Technologien auch neue und andere Kenntnisse bei den Akteuren im Unternehmen erfordern. Doch welche? Wie holt man sie sich ins Haus? Und wie stelle ich sicher, dass dieses Know-how innerhalb der betrieblichen Abläufe an den richtigen Stellen ankommt? Denn, um mit Carl Friedrich von Weizäcker einen weiteren großen Geist zu zitieren: „Information ist nur, was verstanden wird“. Dabei geht es nicht allein um das Homeoffice: In vielen Unternehmen arbeiten Gruppen bereits standortübergreifend an Projekten, und das ist nur einer von vielen Aspekten dieser Entwicklung. Das bedeutet Investitionen in Personal und die Neuorganisation betrieblicher Abläufe. Investitionen die sich nicht nur rentieren, sondern die Wettbewerbsfähigkeit sichern. In dieser PULS-Ausgabe stellen wir Ihnen nicht nur Player am Markt vor, die Sie dabei unterstützen, sondern auch gelungene Beispiele. Wir wünschen eine interessante Lektüre!

Andreas Tietz

Inhalt

AGENTUR FÜR ARBEIT MAINZ Weiterbildung bedeutet Zukunft	23
IVECO SÜD-WEST NUTZFAHRZEUGE Neustart in Richtung Zukunft	24
TOPDESK DEUTSCHLAND GMBH Digitaler Self Service mit TOPdesk	26
EWR AG Auf dem Weg zur digitalen Zusammenarbeit	28
BFM + UEBEL GMBH Zukunftsorientierte Mobilität	30

Agentur für Arbeit Mainz

Weiterbildung bedeutet Zukunft

Berufe verändern sich, neue Tätigkeitsfelder entstehen – und das angesichts des technologischen Wandels immer schneller. Unternehmen benötigen Mitarbeitende, die über entsprechende Qualifikationen verfügen, um in diesem Umfeld zu bestehen. Eine Investition in die Expertise der Mitarbeiter*innen ist deswegen eine Investition in die Zukunft des Unternehmens. Heike Strack, Vorsitzende der Geschäftsführung der Agentur für Arbeit in Mainz, empfiehlt, hier proaktiv zu agieren – denn Know-how ist begehrt und umkämpft.



Heike Strack
Vorsitzende der
Geschäftsführung
der Agentur für Arbeit
Mainz

PULS: Frau Strack, das Wesen der Zukunft ist ihre Unbestimmtheit. Woher sollen Unternehmen wissen, welche Qualifikationen sie zukünftig in ihrer Belegschaft benötigen?

Heike Strack: „Die Arbeitsagenturen erstellen jährlich im Herbst eine regionale Brancheneinschätzung, um ein differenziertes Bild der Entwicklung der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung zu gewinnen. Als fundierte Marktanalyse soll sie unsere operative Planung und den Dialog im Arbeitsmarkt unterstützen. Im November diesen Jahres soll sie ganz gezielt dazu genutzt werden, Bedarfe im Sinne der Transformation zu erfahren: Was brauchen Mitarbeitende in der jeweiligen Branche von morgen? Welche konkreten fachlichen Anforderungen sind neu, stark verändert und müssen (nach)qualifiziert werden? Wie viele Mitarbeitende sind jeweils davon betroffen? Braucht es einzelne Spezialisten für ein bestimmtes Thema oder Jobprofil? Oder geht es um eine flächendeckende, übergreifende Qualifizierung?“

PULS: Nun hat ja auch die Arbeitsagentur keine Glaskugel. Wie ermitteln Sie die erforderlichen Informationen?

Heike Strack: Wir verlassen uns auch lieber auf Expert*innen statt auf Zauberkünste... (lacht). Diese Branchenkenner liefern Daten, und zwar branchenspezifisch, ganz konkret auf die jeweilige Region bezogen. Zusammen mit der Expertise unserer Beratungs- und Vermittlungsfachkräfte können wir Bildungsbedarfe identifizieren und Impulse für passende Bildungsangebote geben.

*PULS: Wie muss man sich einen solchen Impuls denn vorstellen? Wie profitieren Unternehmen und Arbeitnehmer*innen davon?*

Heike Strack: Das geschieht auf mehreren Ebenen. Da wäre zunächst natürlich die Beratung – sowohl für Arbeitgeber wie auch für Beschäftigte und Arbeitssuchende. Aber wir richten auch unsere Förderung entsprechend aus. Wir finanzieren bedarfsgerecht die Weiterbildung von arbeitslosen Menschen, die dadurch ihre Chancen auf dem Arbeitsmarkt verbessern können, aber auch von Beschäftigten, die sich eine entsprechende Qualifikation für ihren Arbeitsplatz sichern wollen. Das Qualifizierungschancengesetz (QCG) gibt der Agentur für Arbeit die Möglichkeiten dazu. Für die Förderung der beruflichen Weiterbildung von mehreren Beschäftigten besteht übrigens die Möglichkeit zu einem Sammelantrag.



Kontakt



Agentur für Arbeit Mainz
Untere Zahlbacher Str. 27
55131 Mainz

Arbeitgeberhotline:
0800 4 5555-20

[www.arbeitsagentur.de/
vor-ort/mainz/unternehmen](http://www.arbeitsagentur.de/vor-ort/mainz/unternehmen)

Iveco Süd-West Nutzfahrzeuge

Neustart in Richtung Zukunft

Die fortschreitende Digitalisierung verändert auch die Nutzfahrzeugbranche umfassend. Die Corona-Krise hat diesen Umbruch noch beschleunigt. LKW und Transporter werden immer mehr zum Bestandteil einer vollvernetzten Logistikkette, und die Kunden erwarten dementsprechend von den Fahrzeugherstellern einen Service, der weit über das reine Produkt „LKW“ hinausgeht.

Der Hersteller Iveco, 1975 als Zusammenschluss der Lkw-Sparte von Fiat, des italienischen Lkw-Herstellers OM, des französischen Lkw-Herstellers Unic sowie der deutschen Man-Deutz AG entstanden, hat diesem Trend folgend ihre Strategie auf Digitalisierung und Kundenorientierung ausgerichtet. Im letzten Jahr wurde mit der IVECO-On-Plattform ein umfangreiches Angebot zur Digitalisierung und Vernetzung etabliert. Die neuesten Fahrzeugmodelle können z.B. über das Modul „Uptime“ einer Fernwartung unterzogen werden. Verschleißbedingte Ausfälle lassen sich so frühzeitig erkennen. Das ermöglicht eine geplante Wartung sowie hohe Verfügbarkeit durch Vermeidung ungeplanter Werkstattstopps. Lieferketten werden somit nicht unterbrochen, weil für die Ausfallszeiten gezielt Ersatzfahrzeuge eingesetzt werden können. Mit dem Fokus Kundenorientierung wurden zudem Projekte gestartet, mit denen in den nächsten Jahren die Werksabläufe digitalisiert werden sollen.

Aus diesem Grund stellt sich die Iveco Süd-West Nutzfahrzeuge GmbH am Standort Mainz im Gewerbegebiet Hechtsheim personell neu auf. Mit Mike Fischborn konnte man einen neuen

Verkäufer für Fahrzeuge der Gewichtsklasse 3,5 bis 18 Tonnen für das Gebiet Mainz/Wiesbaden gewinnen. Das Verkaufsteam ergänzt Klaus Brandt als Verkäufer für LKW über 18 Tonnen im Gebiet Mainz/Wiesbaden. Klaus Brandt ist gelernter KFZ-Meister und verfügt über jahrelange Erfahrung im Vertrieb von LKW. Sowohl Fischborn wie auch Brandt verstehen sich als Dienstleister für die Kund*innen und verfügen über eine hohe Beratungskompetenz. Um im Bereich Kundendienst/Werkstatt die konsequente Ausrichtung auf die Kund*innenbedürfnisse zu unterstreichen, wurde zum 1. Juni mit Stefan Endres ein neuer Betriebsleiter für den Standort Mainz an Bord geholt. Mit seinen 37 Jahren vereint er langjährige Iveco-Erfahrung, das notwendige Know-how und den Esprit, um den Werkstattbetrieb auf die Anforderungen der Digitalisierung auszurichten. Stefan Endres ist KFZ-Meister, Diagnosespezialist und hat zuvor in der Iveco Deutschland Zentrale als Technischer Trainer das Iveco-Werkstattpersonal für die Busse geschult.

Stefan Endres: „Meine Vorsätze sind, den gesamten Standort weiter nach vorne zu bringen mit Fokus auf die Kundenzufriedenheit. Hier kommt mir meine Jahrelange Erfahrung aus



Mike Fischborn
Verkäufer für Fahrzeuge
der Gewichtsklasse 3,5
bis 18 Tonnen



Lutz Albersmeier

Verkaufsleiter Standorte Mannheim, Mainz, Kaiserslautern

Stefan Endres

Betriebsleiter für den Standort Mainz

dem Trainingsbereich und dem hieraus resultierendem breitem Know-how zu gute. Ich war schon immer serviceorientiert und habe an mich selbst einen großen Anspruch, die Kundschaft zufrieden zu stellen. Ich freue mich sehr, mich dieser neuen Herausforderung stellen zu dürfen. Ziel ist es nicht nur, den Standort voranzubringen, sondern als Teil der Region dort voll zu integrieren. Das Hauptaugenmerk wird hierbei auf dem kundenorientierten Service liegen, welcher unseren Kunden genau auf seine Bedürfnisse abgezielt rundum alles bieten wird.“

Eine weitere wichtige Personalie ist Lutz Albersmeier, der die Führungsriege der Iveco Süd-West Nutzfahrzeuge GmbH seit dem 1. März als Verkaufsleiter für die Standorte Mannheim, Mainz und Kaiserslautern ergänzt. Lutz Albersmeier hat ebenfalls langjährige Iveco-Erfahrung und war in den letzten sechs Jahren als Key Account Manager in der Zentrale für Großkunden zuständig. Lutz Albersmeier: „Aus der persönlichen Erfah-

rung im operativen Vertrieb weiß ich, dass Kundenzufriedenheit nur durch gute digitalisierte Prozesse und persönliches Engagement des Vertriebs und Werkstattpersonal erreichbar ist. Dafür stehe ich ein und meinen Erfolg möchte ich gerne an der Kundenzufriedenheit messen lassen. Ich freue mich auf Ihren Besuch.“

Kontakt

IVECO

IVECO Betrieb Mainz
Carl-Zeiss-Str. 4
55129 Mainz

Telefon 06131 - 95830 - 0
info@iveco-sw.de
www.iveco-sw.de

TOPdesk Deutschland GmbH

Digitaler Self Service mit TOPdesk

TOPdesk ist ein internationales Softwareunternehmen im Bereich Enterprise Servicemanagement. Das Unternehmen mit Hauptsitz im niederländischen Delft hilft seinen Kunden, mittels leistungsstarker, einfach zu bedienender Software die Kommunikation sowie die Koordination der Arbeitsabläufe zu verbessern, die Anfragenflut in den Griff zu bekommen und mit modernen Methoden wie Self Service und Knowledge Management die Kundenzufriedenheit zu steigern.



Cengizhan Bulut
Leiter Vertrieb &
Marketing

Können Sie sich noch an die Zeit erinnern, als es noch keine automatischen Check-in-Bereiche, Barcode-Scanner im Supermarkt und Online-Banking gab? Oder wie es vor der verbreiteten Einführung der Selbstbedienung aussah? Heute wird diese Zeit gerne romantisch verklärt, aber mal ehrlich, möchten Sie an der Tankstelle noch auf den Tankwart warten oder kilometerweit zur Bank fahren, um Überweisungen auf Papier auszufüllen? Sowohl Mitarbeiter und Kunden möchten ihre Zeit so sinnvoll wie möglich nutzen, und durch Self Service profitieren beide Seiten: Die Kunden, weil sie nicht erst auf eine Bedienung warten müssen, und die Mitarbeiter, weil sie mehr Zeit für Beratung und andere Tätigkeiten haben. Aber funktioniert so etwas auch in der digitalen Welt? Und falls ja, welche Vorteile bietet ein digitaler Self Service?

Digitaler Servicedesk

Bei TOPdesk ist man davon überzeugt: „Mit unserer Servicemanagement-Software entsteht eine Win-Win-Situation“, sagt Cengizhan Bulut, Leiter Vertrieb & Marketing bei TOPdesk. „Es ist ein weit verbreiteter Irrglaube, dass Self Service lediglich die Geschwindigkeit von Back-End-Prozessen erhöht. Wir sehen stattdessen im Self Service den Schlüssel zu einer effizienten

Problemlösung.“ Das Self Service Portal (SSP) von TOPdesk ist eine digitale Anlaufstelle für alle „Melder“ – so bezeichnet TOPdesk alle Personen, die sich mit Anfragen an das Portal wenden. Das können Mitarbeiter in einem Unternehmen sein, aber auch Kunden. Sie können Anfragen unkompliziert einreichen und nachverfolgen, Antworten auf häufig gestellte Fragen erhalten oder die Wissensdatenbank nach passenden Lösungen durchsuchen. Da sich die Melder selbst helfen können, reduziert sich die Anzahl der Anfragen automatisch. „Hier finden Mitarbeiter und Kunden schnell und einfach, wonach sie suchen – ganz ohne die Hilfe der Servicedesk-Mitarbeiter“, sagt Cengizhan Bulut. „So gewinnt das Personal wertvolle Zeit für dringende Aufgaben.“

Einführung des digitalen Self Service

In Deutschland ist TOPdesk mit der TOPdesk Deutschland GmbH in Kaiserslautern vertreten, die zugleich auch für Österreich und die Schweiz zuständig ist. Die Software-Spezialisten sorgen für eine erfolgreiche Einführung und Umstellung auf ein digitales SSP. Sie wissen: Self Service kann zwar die Serviceerfahrung sowohl von Servicedesk-Mitarbeitern als auch von



TOPdesk Schulze, Markus (ACME Corporation) | Abmelden

Services, FAQs, Anfragen, etc. 🔍

TOPdesk Self Service Portal

Meine Anfragen

Mein Arbeitsplatz

Mein Gebäude

Umfangreiche Störungen 1

Outlook startet nicht
Beim Starten von Outlook erscheint eine Fehlermeldung: Verbindung zum Exchange...

Wartet auf Genehmigung 2

Eintritt neuer Mitarbeiter / Externer Zugang zum Firmennetz: Genehmigung
Tepper, Marcel

Eintritt neuer Mitarbeiter / Externer Zugang zum Firmennetz: Genehmigung
Schulze, Markus

Übersicht offene Autorisierung >

Reservierungen

Fragen an die Personalabteilung

Funktionen für Abteilungsleiter

MANAGER

Meldern verbessern. Doch dazu ist es vor der Einführung notwendig herauszufinden, was die Melder tatsächlich von einem SSP erwarten. Dazu wird zunächst der Entwurf eines Servicekatalogs mit Blick auf die Melder erstellt. Er soll sicherstellen, dass der Self Service nahtlos neben den täglichen Aufgaben des Servicedesks bestehen kann. Mit dem Servicekatalog bleibt dem gesamten Team mehr Zeit, sich auf die wichtigsten Aufgaben zu konzentrieren. Um wirklich von Service zu Self Service überzugehen, muss das Portal außerdem mit FAQs, unterstützenden Informationen und Wissensseinheiten gefüllt werden. Das beste SSP ist jedoch sinnlos, wenn es nicht auch tatsächlich genutzt wird. Auch dabei helfen die Experten von TOPdesk: Mittels Transparenz, klarer Kommunikation und optimalen Prozessen wird dafür gesorgt, dass die Melder das SSP akzeptieren und auch nutzen. Cengizhan Bulut: „Self Service ist nicht nur ein Projekt, sondern eine Gewohnheit, die in der Organisation verankert und den Meldern vermittelt werden muss. Sie werden

dadurch ermutigt, die Verantwortung für ihre Serviceerfahrung zu übernehmen. Es ist zwar leicht, groß zu träumen, aber es ist wichtig, mit kleinen Schritten zu beginnen – nur so kann der digitale Self Service mithilfe von TOPdesk wirklich erfolgreich umgesetzt werden.“

Kontakt



TOPdesk Deutschland
GmbH
Hertelsbrunnenring 24
67657 Kaiserslautern

Telefon +49 631 624 00-0
info@topdesk.de
www.topdesk.de

EWR AG

Auf dem Weg zur digitalen Zusammenarbeit

Die Zukunft gehört – davon ist man beim Energieunternehmen EWR überzeugt – ganz klar der digitalen Kommunikation. Voraussetzung ist dass es gelingt, ein tieferes Verständnis von Themen und Inhalten zu vermitteln und somit sich selbst und anderen Orientierung zu bieten. Diese Herausforderungen hat das in Worms ansässige Unternehmen mit seinem neuen Intranet in Angriff genommen.

Die Herausforderungen, aber auch die Möglichkeiten wachsen und verändern sich rasant in unserer digitalisierten und vernetzten Kommunikationswelt. Das erfordert, sich von organisatorischen Zwängen zu befreien und das Korsett althergebrachter Hierarchien und Rollenbilder abzustreifen. Starke unternehmensweite Teams können auf diese Weise agil zusammenarbeiten und schnell auf aktuelle Themen und Ereignisse reagieren. „Denn die Kommunikation der Zukunft lebt von einer offenen Denkweise und einer unternehmensweiten Teamkultur“, betont Stephan Wilhelm in seiner Funktion als EWR-Vorstandsmitglied für Strategie, Organisationsentwicklung und Personal. „Unternehmen können nur dann zukunftsfähig aufgestellt sein, wenn sie sich den Anforderungen der Zeit stellen.“

Digital Workplace

„Unser Ziel ist es, mit der digitalen Zusammenarbeit einen wesentlichen Beitrag zur Transformation des Unternehmens zu leisten und unseren Mitarbeitern dadurch einen Mehrwert für ihre Arbeit zu bieten“, fügt Vorstand Udo Beckmann hinzu, in dessen Verantwortungsbereich Vertrieb, IT & Digitalisierung fallen. „Denn jeder einzelne ist ein Teil von EWR – und jeder trägt zum Erfolg des Unternehmens bei, jetzt und in der Zukunft.“ Auf dem Weg zu einem digitalen Arbeitsplatz ist die Einführung einer neuen Intranet-Lösung der erste Meilenstein. Die Erneuerung des IT-Arbeitsplatzes hin zum „Digital Workplace 4.0“ auf Basis innovativer Konzepte und Technologien stellt eine der zentralen Säulen der digitalen Transformation von EWR dar und dient als Basis für zukunftsfähiges Handeln.

Das Projekt startete im Dezember 2020 unter Leitung der Unternehmenskommunikation als interdisziplinäres Team aus weiteren Kolleginnen und Kollegen der IT sowie des Betriebsrats und ging im Februar 2021 in die konkrete Konzeption. Ziel war es, Austausch, Vernetzung und Interaktion zwischen Kolleginnen und Kollegen zu fördern und Informationen zentral zur Verfügung zu stellen. Für die technische Umsetzung wurden cloudbasierte Lösungen gewählt, die das Unternehmen „digital“ zukunfts- und anschlussfähig machen. Egal an welchem Standort, egal ob im Außendienst oder in der Zentrale – alle Mitarbeitenden nutzen eine gemeinsame Plattform und haben



Der Vorstand des Unternehmens setzt sich zusammen aus Udo Beckmann, Dirk Stüdemann und Stephan Wilhelm (v.l.)

von überall Zugriff auf die neuen Anwendungen und alle relevanten Informationen: Wer sind meine Kollegen? Wer arbeitet an welchen Projekten? Welche Produkte vertreiben wir? Durch schnelles, einfaches Finden von Informationen, Experten, Ansprechpartnern, etc. sollte die Arbeit erleichtert werden.

Winnie ist da

Begleitende Kommunikationsmaßnahmen sollten sicherstellen, dass die neue Plattform von den Mitarbeitenden akzeptiert wird und ihren Bedürfnissen entspricht. Dazu gehörten PowerPoint-Briefings und Vorstellungen vorab unter anderem für den Vorstand und weitere Führungskräfte, den Betriebsrat und die Datenschutzbeauftragten sowie ein interner Namenswettbewerb. Hinzu kamen gezielte Schulungen, kurze Erklärvideos, die Verabschiedung einer Netiquette mit Leitlinien für den Umgang mit der Plattform sowie ein Starterkit für alle Mitarbeitenden, u. a. mit einer Art Reiseführer für die ersten Schritte. So konnte die neue Toollandschaft unter dem Namen „Winnie“ schon am 31. Mai diesen Jahres, nach nur knapp sechs Monaten Projekt-

Startseite von Winnie

laufzeit, live geschaltet werden. Die Umsetzung erfolgte dabei zu 100 Prozent remote. Winnie besteht aus mehreren Modulen: „Sharepoint“ dient als Quelle für alle statischen Informationen über das Unternehmen und fungiert gleichzeitig als zentrale Wissensdatenbank. Das Modul „Yammer“ ist als unternehmensweites Social Network konzipiert. Hier finden die Mitarbeitenden nicht nur themenspezifische Nachrichten; vielmehr wird die Plattform als Instrument zum Austausch untereinander genutzt. Das Kommunikations- und Kollaborations-Tool „Teams“ ermöglicht es Gruppen, sich über MS Teams zu verbinden und an Dokumenten und in virtuellen Besprechungen zusammenzuarbeiten. Alle direkte Kommunikation findet in MS Teams statt.

Das Konzept der Champions

Eine weitere Maßnahme war die Berufung sogenannter „Champions“: 50 Kolleginnen und Kollegen aus verschiedenen Bereichen der EWR AG wurden besonders für das neue Intranet geschult. Sie sind nun Ansprechpartner für ihre Kolleginnen und Kollegen und unterstützten die Implementierung von Winnie in den jeweiligen Teams. Außerdem haben die Champions auch die Möglichkeit, für ihren jeweiligen Fachbereich News zu veröffentlichen, Yammer-Communitys und Teams zu erstellen und zu

managen. In Videostatements motivierten sie schon ihre Kolleginnen und Kollegen dazu, die neuen Funktionen zu testen. Tipps & Neuigkeiten rund um Sharepoint, Yammer und Teams liefert zudem ein regelmäßig erscheinender „Tipp der Woche“.

Dirk Stüdemann, im Vorstand verantwortlich für die EWR Netz GmbH, Finanzen und Erneuerbare Energien, schließt: „Mit der Einführung der neuen Toollandschaft hat EWR einen weiteren wichtigen Schritt in Richtung Digitalisierung gemacht. Damit wurden ganz neue Möglichkeiten für die Zusammenarbeit geschaffen, denn die Gestaltungsspielräume zum Austausch und zur Kollaboration sind jetzt auf einem neuen Level und können echte Mehrwerte generieren.“

Kontakt



EWR Aktiengesellschaft
Lutherring 5
67547 Worms

Telefon 06241 848-471
kommunikation@ewr.de
www.ewr-gruppe.de



Bfm + Uebel GmbH

Zukunftsorientierte Mobilität

Ob Dienstwagen, Servicefahrzeug oder Lastwagen – Kraftfahrzeuge sind eine wichtige Ressource in vielen Unternehmen, von deren Verfügbarkeit viele weitere Prozesse abhängen. Zugleich sind sie Kostenfaktoren, die eine sinnvolle und effiziente Steuerung benötigen. Die Bfm + Uebel GmbH aus Bad Kreuznach entwickelt für ihre Kunden maßgeschneiderte Fuhrpark-Konzepte, die auch den Einsatz von E-Fahrzeugen, digitale Organisation und transparente Buchung umfassen. PULS sprach mit den drei „Machern“ hinter dem Unternehmen: CEO Volker Uebel, CTO Nico Uebel und Accountmanagerin Maren Weber.

PULS: Herr Uebel, wenn man sich ihre Webseite so anschaut, wirkt ihr Unternehmen wie ein junges Startup...

Volker Uebel: „...tatsächlich aber gehen wir bereits seit 2007 neue Wege im Fuhrpark-Management und haben schon viele Kunden überzeugen können. Wir betrachten die Aspekte Mobilität, Administration und Konzeption gesamtheitlich. Dabei greifen wir nicht auf standardisierte Leistungspakete zurück, sondern passen den Service den jeweiligen Bedürfnissen der Kunden an. Aufgrund dieser Flexibilität können wir jeweils auch neue Entwicklungen – technischer wie regulatorischer Art – schnell und zum Vorteil der Fuhrpark-Betreiber umsetzen. Unabhängigkeit und Objektivität sind uns ebenso wichtig wie Effizienz und Kostenoptimierung bei gleichzeitiger Rechtssicherheit. Unser Ansatz berücksichtigt ebenso kundeneigene Dienstleister, Lieferanten, Verträge und interne Prozesse. Zusätzlich können die Kunden bei Bedarf von unserem umfangreichen Netzwerk an Dienstleistern profitieren.“



Das Team der Bfm + Uebel GmbH: Nico Uebel, Volker Uebel und Maren Weber (v.l.). Foto: Marco Palmer

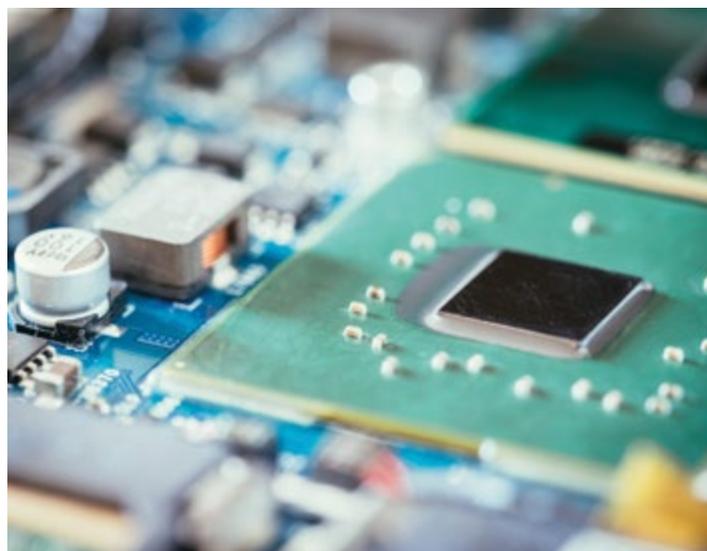
PULS: Was unterscheidet Ihr Angebot von einem herkömmlichen Fuhrpark-Management?

Nico Uebel: „Vor allem die Tatsache, dass wir für eine garantierte, fortwährende Mobilität der Mitarbeiter sorgen. Wir stehen für den schnellen Zugang zu allen Informationen rund um den Fuhrpark und den unkomplizierten Datenaustausch – ermöglicht durch den Einsatz modernster digitaler Lösungen. Die Verwaltung der Flotte ist da nur ein Baustein unter mehreren. Unsere Administration gewährleistet, dass alle Daten und Dokumente web-basierend 24/7 h für die Kunden abrufbar sind. Das gilt genauso für unser Team, denn digitale Kommunikation ist zwar schnell und effizient, kann aber die persönliche Betreuung nicht vollständig ersetzen.“

PULS: Apropos digitale Kommunikation und Daten... Welche Werkzeuge setzen Sie hier ein?

Nico Uebel: „Wir haben unsere Erfahrung und Expertise in eine selbstentwickelte Fuhrpark-Management-Software einfließen lassen. Der darin enthaltene Car Configurator stellt den gesamten Bestellprozess für Neufahrzeuge bereit, auf Grundlage der kundeneigenen Car Policy und seiner Lieferantenkonditionen. Die für einzelne Mitarbeitergruppen individuelle Konfiguration wird dabei online live berechnet und geprüft. Der strukturierte Freigabeprozess richtet sich nach den Vorgaben den Kunden.“

Maren Weber: „Die Software ermöglicht es unseren Kunden, ihren Fuhrpark intern verwalten zu können – entweder als Alleinlösung oder inklusive unseres Supports. Bei Bedarf steht darüber die flexible Nutzung aller oder einzelner Dienstleistungen unseres Fuhrpark-Managements zur Verfügung. Durch IT-unterstützte Abrechnungsprozesse gewährleisten wir einen sicheren, fristgerechten und transparenten Zahlungsprozess.“



PULS: Damit kommen wir neben dem Fuhrpark-Management und der IT-basierten Organisation zur dritten Säule ihres Konzepts, der Rechnungsprüfung. Ist das nicht eigentlich ein typischer, betriebsinterner Prozess?

Maren Weber: „Der aber aufwändig ist und Personal bindet. Mit unserer Softwarelösung garantieren wir den Kunden einen sicheren Zahlungsverkehr: Alle Rechnungen werden auf Inhalt und Plausibilität geprüft und anschließend Kostenstellen und Konten zugeordnet. Erst nach einer Gegenprüfung werden die Rechnungen von uns zur Zahlung freigegeben und archiviert.“

Volker Uebel: „Die Rechnungen werden fristgerecht und zuverlässig von uns gezahlt. Nach einem vom Kunden definierten Intervall wird dann eine für das jeweilige Buchungssystem konforme Abrechnung erstellt. Dabei arbeiten wir zu 100 Prozent transparent: sämtliche Daten zu den von uns erfassten Rechnungen können unsere Kunden rund um die Uhr online einsehen und abrufen.“



Kontakt

Bfm + UEBEL / GmbH

Bfm + Uebel GmbH
Dessauer Straße 41
55545 Bad Kreuznach

Telefon
+49 (0) 671 - 92 00 800-0
info@uebel.biz
bfm.uebel.biz

Der Supermix

Greatest Hits und das
Beste von heute



**ANTENNE
MAINZ**

106.6



nexxt-change Unternehmensbörse

INFORMATION

Die IHK für Rheinhesen veröffentlicht an dieser Stelle Angebote von Unternehmen auf Partnersuche, Angebote zur Übernahme von Unternehmen (Nachfolger), sowie Nachfragen von Existenzgründungswilligen.

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

Die Börse und die Bedingungen zu ihrer Verwendung können auch bundesweit abgerufen werden im Internet:



www.nexxt-change.org



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

Softwareentwicklung, App, Kamera, Unternehmen zu verkaufen

MZ-A 7/21

++++++

Lebensmittel-Import und Großhandel

MZ-A 5/21

++++++

Nachfolger gesucht für Büromaschinenhandel/Vermietung + Copyshop

MZ-A 3/21

++++++

GmbH mit Online Sanitätshaus + eigenen Wellness-, Sportartikeln

MZ-A 2/21

++++++

Verkaufsangebote

Online Startup Gastronomie Bedarf

MZ-A 9/21

++++++

Lizenzsystem für mobile Tierbetreuung zu verkaufen

MZ-A 8/21

++++++

ANZEIGE

IHR WERBEAUFTTRITT IN REPORT DEM WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR RHEINHESSEN

Mit Report erreichen Sie rund 21.500 Unternehmer/innen in Mainz und Rheinhesen. Und das 6 Mal im Jahr. Die Leser/innen sind die Entscheider im Mittelstand, aus allen Produktions-, Handels- und Dienstleistungsbranchen.

THEMEN

6
2021

WIE TICKT DIE JUNGE WIRTSCHAFT?

Anzeigenschluss 07.10.2021

PULS – UNTERNEHMEN IM FOKUS: DIGITALISIERUNG IN UNTERNEHMEN -TEIL III

Anzeigenschluss 23.09.2021
Erscheinungstermin 03.11.2021



06131 5804-96 oder



anzeigen@gzm-mainz.de



Instagram als Marketing-Kanal

Gerade 2020/2021 hat bewiesen, dass viele Menschen lokale und kleine Unternehmen unterstützen wollen. Dies bedeutet: Die Nutzer sind bereit, Werbung für Firmen zu machen, ohne Bezahlung. Dabei kommen die Nutzer aus den verschiedensten Lebensbereichen und erreichen somit viele unterschiedliche Menschengruppen.

Instagram (IG) ist eine visuelle Plattform. Um in den Austausch mit anderen zu gehen, zeigen die Nutzer gern, wo sie essen waren, wo sie ein paar neue Schuhe gekauft haben und wo die tollste Buchhandlung mit individueller Beratung ist. Dies machen sie mit kurzen Videos oder posten Bilder. So können ihre Follower dies sehen und fühlen sich dann vielleicht angesprochen. Dank der Empfehlung kaufen sie sehr wahrscheinlich das nächste Buch in diesem Geschäft. Laut einer Statistik von Squarelovin haben 92 Prozent der IG Nutzer mehr Vertrauen in UGC (User Generated Content - Nutzer generierte Inhalte) als in klassische Werbung. 81 Prozent geben an, dass diese Nutzer-Empfehlungen, sie bei der Kaufentscheidung beeinflusst haben. Dabei muss der „Werbende“ nicht mal ein Influencer sein.

Damit die Werbung jedoch effektiv ist, ist es wichtig, dass das Unternehmen auf Instagram vertreten ist. So kann der Nutzer das Unternehmen in der „Werbung“ verlinken. Durch diese Verlinkung gelangt der interessierte Nutzer auf das Profil des



Unternehmens und kann sich dann weitere Informationen holen. Dies ist Werbung, für die Unternehmen nichts zahlen. Alles was sie brauchen, ist ein gutes Produkt oder eine Dienstleistung und ihre Kunden werden sie auf IG weiterempfehlen.

Viele Unternehmen engagieren Social Media Manager, die mit ihren potentiellen Kunden auf den Sozialen Medien in Austausch gehen und eine gute Kundenbindung aufbauen und pflegen sollen. Doch viele kleinere Unternehmen und Soloselbstständige haben oft nicht die finanziellen Mittel, einen Social Media Manager zu beauftragen. Dies ist aus meiner Sicht auch nicht zwingend notwendig. Denn wenn sie sich dessen bewusst werden, dass IG ihnen eine „kostenlose“ Werbemöglichkeit bietet, findet jedes noch so kleine Unternehmen ein paar Stunden Zeit in der Woche, sich mit dem Thema - Instagram Marketing - auseinanderzusetzen und hat auch noch Spaß dabei.

Anstelle, dass jemand zur Ladentür reinkommt und ihr Produkt kaufen möchte, schreibt ihnen jemand eine Direktnachricht und fragt nach, ob es dies auch noch in einer anderen Farbe gibt. So lernen die Betriebe gleichzeitig auch noch ihre Kunden kennen. Oder, sofern sie einen IG Online Shop eingerichtet haben, können sie ihr Produkt auch direkt darüber verkaufen. Also ist IG eine weitere Möglichkeit Umsatz zu generieren.

Sie als Unternehmen haben so viele verschiedene Möglichkeiten sich kostenlos auf

IG zu präsentieren und sollten diese unbedingt nutzen. Denn Fakt ist, dass Menschen von Menschen kaufen und dies spielt eine wichtige Rolle. Das wichtigste dabei ist wirklich, nicht nur die eigenen Produkte oder den eigenen Service zu vermarkten, sondern sich als Unternehmen. Unternehmen sollten sich vorstellen, wie sie Einblick in den eigenen Betrieb geben können. Das ist, was „Social“ ausmacht und das ist, was die Menschen sehen wollen. Sie wollen nicht so etwas wie in einem Anzeigenblatt oder Werbeflyer sehen, sie wollen unterhalten und informiert werden. Sie wollen das Unternehmen besser kennenlernen. Das wird auch Infotainment genannt. Informationen und Entertainment verhelfen zu mehr Sichtbarkeit auf Instagram und somit

zu mehr potentiellen Kunden. Dies ist doch das was zählt.

ANKE BENEN
MENTORIN FÜR INSTAGRAM/ REFERENTIN DER
IHK FÜR RHEINHESSEN

ZUR AUTORIN

Anke Benen war viele Jahre im Customer Service & Projekt Management bei großen Unternehmen im In- und Ausland tätig. 2015 hat sie ihr Hobby, die Fotografie, zum Beruf gemacht. Aufgrund einer Augenkrankheit hat sie dies 2020 aufgeben müssen und sich 2021 als Instagram Mentorin selbstständig gemacht.



www.ankebenen.com
www.instagram.com/ankebenen

Neues Basisregister für Unternehmen

Das Statistische Bundesamt (Destatis) hat den gesetzlichen Auftrag zum Aufbau eines Registers über Unternehmensbasisdaten erhalten. Das am 15. Juli 2021 in Kraft getretene Unternehmensbasisdatenregistergesetz (UBRregG) soll Unternehmen und Verwaltung deutlich entlasten. Durch die Einführung einer bundeseinheitlichen und

behördenübergreifenden Identifikationsnummer müssen Unternehmen ihre Stammdaten künftig nur noch einmal gegenüber der Verwaltung angeben („Once-Only“-Prinzip). Das Register wird am Standort Bonn aufgebaut.

Es leistet einen wichtigen Beitrag zur Umsetzung des Onlinezugangsgesetzes (OZG).

Digitale Messteilnahme förderfähig

Verbesserungen im Messezuschussprogramm: Das Land Rheinland-Pfalz hat die Förderung vor dem Hintergrund der Auswirkungen der Corona-Pandemie modifiziert. Nun ist auch bei einer digitalen Teilnahme die Förderung der Kosten der Präsentation von Produkten und Dienstleistungen auf ausländischen Messen und Veranstaltungen mit einem Zuschuss in Höhe von 1.000 EUR möglich. Der Zuschuss wird bei der Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (ISB) beantragt.

„Die digitale Präsentation des Unternehmens und der Produkte sind ein wichtiges Modul, um weiterhin Kontakt zu Kunden zu halten und neue Geschäftskontakte zu knüpfen. Hier eröffnen sich neue Möglichkeiten, das Unternehmen ins beste Licht zu setzen“, sagte Wirtschaftsministerin Dani-

ela Schmitt. Weiterhin werden vom Land organisierte Gemeinschaftsstände auf Messen, Ausstellungen und Gemeinschaftsveranstaltungen und gemeinschaftliche Produktpräsentationen gefördert sowie sonstige Veranstaltungen, die in der Messedatenbank des Ausstellungs- und Messe-Ausschusses der Deutschen Wirtschaft e.V. (www.auma-messen.de) aufgeführt sind. Die Zuschusshöhe beträgt 3.000 EUR und 5.000 EUR für Veranstaltungen innerhalb Europas bzw. außerhalb Europas. Um Unternehmen nach den pandemiebedingten Messeausfällen verstärkt unterstützen zu können, wurde auch die Gesamtanzahl der möglichen Förderungen erhöht.



Anträge unter www.isb.rlp.de

**Büro • Konferenzräume
Telefon- u. Postservice**



Sie suchen ein Büro, Konferenzräume oder eine Geschäftsadresse ...

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

Flexibel, schnell und unkompliziert.

Wir übernehmen das für Sie!
Rufen Sie uns an oder schreiben Sie uns.



Wilhelm-Theodor-Römheld-Str. 14 · 55130 Mainz
Tel.: 06131/921-300 · Mail: mainz@ecos-office.com



BUHRER+WEHLING
Die Kraft einer starken Lösung



INDUSTRIEBAU

**KREATIVITÄT
GEPLANT**

Bührer + Wehling entwickelt planerische Ideen, mit denen Sie sich als Bauherr persönlich identifizieren können. Wir finden heraus, was Sie antreibt und finden Lösungen, die in Sachen Individualität, Funktionalität und Design einzigartig sind.

www.buehrer-wehling.de

Starke Arbeitgeber suchen Persönlichkeiten

Working Family: Initiative zur Fachkräftesicherung im Gastgewerbe

Ein neues Netzwerk „Working Family“ setzt auf „gemeinsam statt einsam“ und bietet Familienbetrieben im Hotel- und Gaststätten-gewerbe in Rheinland-Pfalz die Chance, eine gemeinsame Arbeitgebermarke zur Fachkräftesicherung aufzubauen.

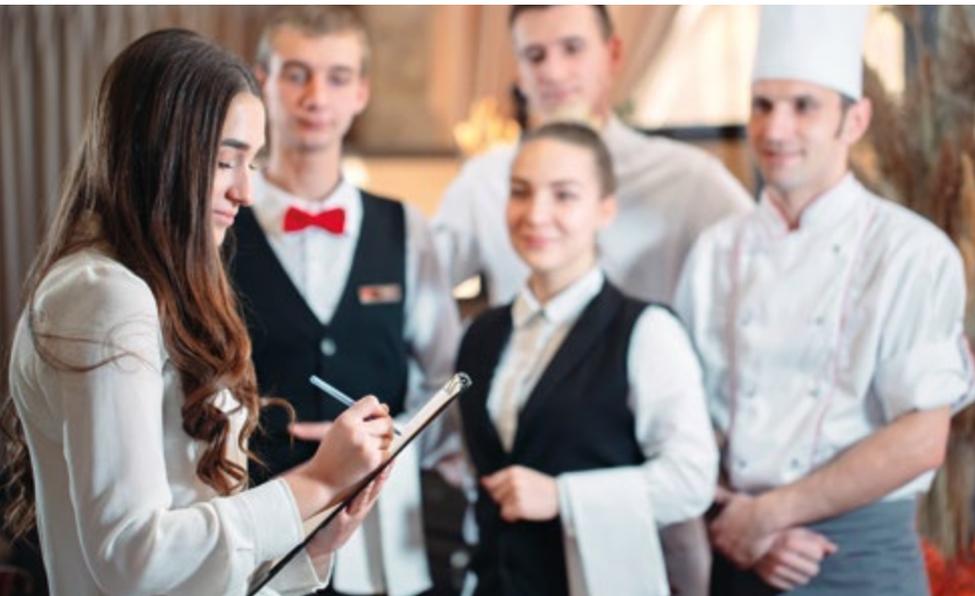
gierte Mitarbeiter gebraucht. Bereits vor der Corona-Pandemie war der Fach- und Arbeitskräftebedarf in der Branche hoch. Doch die Situation hat sich zwischenzeitlich weiter verschärft. Arbeitgeberattraktivität wird zu einem Schlüsselbegriff, um sich im hart umkämpften Markt um Fach- und Servicepersonal durchzusetzen. Allerdings ist es für einzelne Betriebe schwer, ihre Charakteristik und ihre besonderen Werte nach außen zu kommunizieren.

marke „Working Family“ und stellen die Alleinstellungsmerkmale der Familienbetriebe dar.

Familiensache Fachkräfte

Ziel des Netzwerks ist es, die Attraktivität von Berufen im Hotel- und Gastgewerbe zu steigern und die Betriebe durch gemeinsame Marketingmaßnahmen bei der Mitarbeitergewinnung zu unterstützen. Die dem Netzwerk angebundene Homepage bietet einen internen Bereich, der den teilnehmenden Betrieben hilfreiche Tools für eine professionelle Arbeitgeberpräsentation bereitstellt. Hierfür werden u.a. Vorlagen für zielgruppengerechte Stellenanzeigen oder regional einsetzbare Presseartikel eingestellt. Darüber hinaus werden praktische Checklisten und Tipps hinterlegt, die die tägliche Arbeit erleichtern. Es sollen u.a. Themen wie Azubi-Marketing, das Führen von Mitarbeitergesprächen oder auch Online-Schulungen für Führungskräfte zur Verfügung stehen. Außerdem dient der interne Bereich zum Austausch untereinander. Die Inhalte der Plattform richten sich nach dem Bedarf der Betriebe und werden gemeinsam mit diesen erarbeitet.

Extern soll die Landingpage Informationen zur Arbeit im Gastgewerbe modern und ansprechend darstellen, Lust auf die Branche machen und somit einen Beitrag für ein positives Image leisten. Verknüpft wird das Ganze mit einer Stellenbörse der teilnehmenden Betriebe. Zusätzlich können im Zusammenspiel gemeinsame Stellenanzeigen geschaltet und Social Media Werbung mit aufmerksamkeitsstarken Posts veröffentlicht werden.



Insbesondere Familienbetriebe prägen das Bild des rheinland-pfälzischen Tourismus. Sie bieten ihren Gästen das „echte Leben“ bei authentischen Gastgebern in regional-typischem Ambiente und bei lokaler Küche in einer familiären Atmosphäre.

Doch um Touristen und Einheimische mit Herz und viel Freude zu empfangen, werden serviceorientierte, freundliche und enga-

An dieser Stelle setzt das Netzwerk „Working Family“ an und bietet den Teilnehmern die Möglichkeit, sich mit einer gemeinsam geschaffenen Arbeitgebermarke in einer Wertegemeinschaft mit einheitlichem Leitbild neu zu identifizieren. Kernbotschaften wie familiär, vertrauensvoll, persönlich und wertschätzend werden Bestandteil einer neu kreierten Arbeitgeber-



MAINZER GRÜNDUNGSWOCHE

Deine Stadt. Deine Chance.



Gemeinsam mehr erreichen

Initiiert wurde das Projekt von rund 30 inhabergeführten Familienunternehmen des Hotel- und Gastgewerbes, die sich unter Federführung der IHK-Arbeitsgemeinschaft dem Strategieprojekt „Starke Familienunternehmen“ unter dem Dach der Landes-Tourismusstrategie 2025 zusammengefunden haben. Bereits bei ersten Treffen im Herbst 2019 hatte sich die Fachkräftesicherung als wesentliches Branchenthema herauskristallisiert mit dem Ziel, gemeinsam mehr zu erreichen. Erfreulich, dass nun das neu aufgesetzte Corona-bedingte Förderprojekt, welches aus den Mitteln des Corona-Nachtragshaushaltes durch das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz finanziert wird, die Chance bietet, genau hierzu wahrnehmbare Akzente zu setzen.

Interessierte Betriebe können sich auf der Homepage der IHK Trier unter dem Suchbegriff „Working Family“ sowie im Tourismusreferat der IHK Trier (Tel.: 0651 9777-240) weiter informieren. Eine Abfrage und das Erfüllen verschiedener Auf-

nahmekriterien – auch zur Arbeitgeberattraktivität – machen in Verbindung mit einer Selbsteinschätzung den Weg frei, sich bei „Working Family“ mit einzubringen und so die Wirkung des Förderprojekts zu verstärken.

ANNE KATHRIN MORBACH



Tourismusreferat der IHK Trier
Telefon: 0651 9777-240



Das sagt Gerhard Jordan dazu ...

Warum engagieren Sie sich in dem Netzwerk „Starke Familienunternehmen“?

Weil ich den kompetenten Austausch unter Kollegen für existenziell wichtig erachte. Heute bereits, und in der Zukunft noch viel mehr, werden wir ohne den Austausch von erfolgreichen Erfahrungen im Wettbewerb mit anderen Branchen nicht weiter und langfristig bestehen können. Nur gemeinsam können wir die herausragenden Vorteile unserer Familienunternehmen am Markt wettbewerbsfähig positionieren und sichtbar machen. Davon bin ich überzeugt.

Was erhoffen Sie sich von dem Netzwerk?

Größere Präsenz am (Arbeits-)Markt durch gemeinsame Aktivitäten. Verstärkte Herausstellungen der positiven besonderen Merkmale von familiengeführten Unternehmen. Direkten Austausch unter den verantwortlichen Entscheidungsträgern und



kurze Reaktionswege in der Absprache besonderer Maßnahmen und Aktionen. Eine gemeinsame Wertestruktur nach klar definierten und von allen Teilnehmern gelebten Vereinbarungen.

GERHARD JORDAN IST INHABER VON JORDAN'S UNTERMÜHLE KÖNGERNHEIM UND VORSITZENDER DES DEHOGA KREISVERBANDES MAINZ.



SO WEIT SO GUT

■ **Betriebswirtschaftliche/-r Assistent/-in im Gesundheits- und Sozialwesen (IHK)**
Einstieg in die Übernahme betriebswirtschaftlich orientierter Aufgaben

■ **Geprüfte/-r Industriefachwirt/-in**
Betriebswirtschaftliches Wissen für Führungsaufgaben in Industrieunternehmen

■ **Geprüfte/-r Personalfachkaufmann/-frau**
Umfassende Qualifikation als Spezialist/-in im Personalwesen

■ **Geprüfte/-r Wirtschaftsfachwirt/-in**
Branchenübergreifendes betriebswirtschaftliches Wissen für anspruchsvolle Aufgabenstellungen

**Fernstudium –
flexibel und
praxisnah**

D I S T A N C E L E A R N I N G

IHK Akademie Koblenz
Ausgezeichnet weiterkommen.

ihk-akademie-koblenz.de

Ausbildungsbotschafter starten bei TikTok



Daniel Reuter von der IHK für Rheinhessen bei der Aufnahme eines TikTok-Takes.

Die Social-Media-Kampagne der rheinland-pfälzischen IHKs [durchstarter.de](https://www.durchstarter.de) hat Zuwachs bekommen. Seit Juni ist Daniel Reuter von der IHK für Rheinhessen bei TikTok aktiv, gemeinsam mit Eda Cenikli von der IHK Trier und Lorena Schmitt und Ann-Kathrin Rössler von der IHK Koblenz. Der 29-Jährige, der im Bereich Kaufmännische Berufsausbildung arbeitet, sagt Report, wie die IHK auf dieser jungen Plattform ankommt.

Welches Ziel verbindet ihr mit den TikTok-Beiträgen?

Wir wollen die Generation Z über Ausbildungsthemen informieren und sie bei der Berufsorientierung unterstützen. Dabei treffen wir sie genau dort, wo sie sind: online! Die ersten Wochen haben gezeigt, dass dies gut funktioniert und wir schon einen ordentlichen Erfolg verbuchen können: Innerhalb eines Monats hatten wir 304.428 Views / Videoansichten, 3031 Likes, 70 Kommentare und bis Ende Juli schon 625 Follower. Tendenz steigend. Das geht gut ab.

Das klingt beeindruckend. Beschreibe bitte, wie du so ein Video produzierst.

Wir haben einen Redaktionsplan und stellen etwa zwei Videos à 60 Sekunden pro Woche ein. Einige produzieren Fun Facts rund um das Thema Ausbildung. Ich nehme über-

wiegend klassische Berufsberatungsthemen auf, beispielsweise die Rechte, die man als Azubi hat, und dann in der Woche darauf die Pflichten. Die Themen bereite ich zunächst über Wiki vor und nehme sie dann über Greenscreen in mehreren Teilen von 8



Nach der Bearbeitung kommt der Take dann so über.

bis 12 Sekunden auf. Anschließend kommen noch akustische Untermalung und spezielle Gimmicks hinzu. Das wird besser geklickt.

Dafür musst du eine ganze Menge können. Wie ist es, plötzlich vor der Kamera zu stehen? Hast du das gelernt?

Alles learning by doing. Am Anfang war es schon komisch, seine eigene Stimme zu hören und sich zu sehen. Daran gewöhnt man sich. Aber es dauert eine Weile, bis man mit sich und dem Video zufrieden ist. Inzwischen habe ich schon Erfahrung gesammelt, auch mit den zusätzlichen Tools – damit schafft man tolle Effekte. TikTok tickt eben anders als Facebook oder Instagram.

Dort sind die Views und Likes relevant, da die User uns nicht folgen müssen, um unsere Videos sehen zu können. Wer sich oft von einem Kanal oder via Hashtag Videos ansieht, bekommt unsere Videos automatisch angezeigt. Das hilft, das Thema Ausbildung sozusagen unterbewusst zu platzieren. Im Sommer hatten wir ein kleines Gewinnspiel. Seitdem steigt die Reichweite kontinuierlich.

GRÜ



www.tiktok.com/@durchstarter_ausbildung

Last-Minute-Voting: Azubi-Star 2021

Die Finalisten für den Azubi-Star 2021 stehen fest. Noch bis zum 9. September darf abgestimmt werden. Sämtliche Finalisten, die die Medienpartner der Initiative „Ausbildung bringt's“ ausgewählt haben sind mit Freude und Einsatz bei ihrer Ausbildung dabei und leisten darüber hinaus etwas Besonderes.

Mit dem Preis „Azubi-Star 2021“ zeichnet die Initiative diese Auszubildenden aus und stellt sie in der Öffentlichkeit vor, denn sie sind Vorbilder für Jugendliche vor der Berufswahl – ihr Engagement zeigt den Nutzen und gesellschaftlichen Wert einer guten Ausbildung.

Verliehen wird der Preis „Azubi-Star 2021“ unter der Schirmherrschaft von Dr. Heinz Kaiser, Mitglied des Vorstandes der SCHOTT AG. Zur feierlichen Verleihung der Urkunden und Preise am Abend des 14.

September 2021 werden alle nominierten Auszubildenden mit ihren Ausbildern nach Mainz eingeladen (erforderlichenfalls als Videokonferenz).

Stifter des Preises „Azubi-Star“ ist die Initiative „Ausbildung bringt's“, welche die Industrie- und Handelskammer für Rheinhessen, die Handwerkskammer Rheinhessen und die Allgemeine Zeitung 2004 gemeinsam mit den regionalen Ausbildungsbetrieben ins Leben gerufen haben, um den gesellschaftlichen Wert und die vielfältigen beruflichen Chancen der Berufsausbildung stärker in die Öffentlichkeit zu rücken.

Wer wird Azubi-Star 2021?

Noch bis 9. September abstimmen unter www.azubi-star.de



Ausbildungszahlen in Rheinland-Pfalz nahezu stabil

Pünktlich zum Ausbildungsstart am 1. August melden die vier Industrie- und Handelskammern 10.403 neu abgeschlossene Ausbildungsverträge. Der Wert liegt damit nahezu auf Vorjahresniveau (10.728). Auch in diesem Jahr sind viele lokale Berufsinformessen oder die Berufsorientierung an den Schulen durch den „Lockdown“ im Frühjahr ausgefallen. Dies hat zur Folge, dass Ausbildungsplätze unbesetzt bleiben und gleichzeitig viele junge Menschen weiterhin nach einer Perspektive für ihre berufliche Zukunft suchen. Auch die Hochwasserkatastrophe im Norden des Landes macht es schwieriger, die Entwicklung der Ausbildungszahlen bis Ende des Jahres abzusehen.

„Trotz der schwierigen Situation bilden die Betriebe in Rheinland-Pfalz weiter viele junge Menschen aus. Das ist ein starkes Signal und zeugt von der Weitsicht der Unternehmen, denn eigens ausgebildeter, qualifizierter Nachwuchs ist die entscheidende Voraussetzung für den wirtschaftlichen Erfolg unserer Betriebe“, erklärt Dr.

Holger Bentz, bildungspolitischer Sprecher der IHK-Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz, die Stagnation der Ausbildungszahlen. „Aber Corona und Hochwasser machen es jungen Menschen aktuell nicht gerade einfach, ins Berufsleben zu starten.“

Die IHKs gehen davon aus, dass die Zahlen bis Ende Oktober nochmal leicht ansteigen werden, denn auch zum 1. September oder zum 1. Oktober ist ein Ausbildungsbeginn möglich. Ausbildungsbetriebe mit Verlinkung auf freie Ausbildungsstellen sind im „Ausbildungsatlas“ zu finden:



www.derausbildungsatlas.de

HALLEN

INDUSTRIE | GEWERBE | STAHL

PLANUNG - PRODUKTION - MONTAGE

WOLF SYSTEM GMBH
 94486 Osterhofen
 Tel. 09932 37-0
 gbi@wolfsystem.de
 WWW.WOLFSYSTEM.DE

Berufsorientierung leicht gemacht

Die BIM Rheinessen steht vor der Tür: Nach der erfolgreichen Premiere der Webinarwoche Berufsorientierung im September 2020 erweitert die BIM Rheinessen das Portfolio. „Erstmals bietet die IHK für Rheinessen in bewährter Zusammenarbeit mit mainzplus CITYMARKETING verschiedene digitale Module an“, schildert Andreas Resch, stellvertretender Hauptgeschäftsführer der IHK für Rheinessen und ergänzt: „Die Corona-Pandemie verlangt neue Ansätze in der Gewinnung von Fachkräften für morgen. Die IHK für Rheinessen bietet daher optimal abgestimmte Inhalte mit unterschiedlichen Bausteinen an.“



Digitale Informations- und Kontaktbörse

Neu ist die digitale Informations- und Kontaktbörse, bei der Schüler vom 1. bis 30. September 2021 über das Terminbuchungstool freie Gesprächstermine telefonisch oder digital bei Unternehmen buchen können. Die Börse bietet zusätzlich die Möglichkeit, Informationen über das Unternehmen und freie Stellenangebote zu präsentieren. Die Bewerber können bei diesem An-

gebot einfach und schnell mit potenziellen Unternehmen in Kontakt treten, gerade in der aktuellen Situation ein deutlicher Mehrwert. Für alle Unternehmen werden auch Schulungen zur Einrichtung des Programmes angeboten. So können aktuell offene Ausbildungsplätze noch in 2021 belegt oder bereits für den Ausbildungsstart 2022 kostenlos beworben werden.

Erfolgreiche Webinarwoche

Aufgrund des Erfolgs im vergangenen Jahr findet die Webinarwoche zur Berufsorientierung wieder vom 6. bis 11. September 2021 statt. Sechs Tage lang stellen Ausbilder, Vertreter von Hochschulen und Referenten Berufsfelder, Studiengänge und übergreifende Themen wie Bewerbungspraxis vor. Hier sind neben Schülern auch deren Eltern oder Ver-

wandte angesprochen, die sich am Beginn des Berufs- und Studienorientierungsprozesses befinden. Für Eltern wird ein spezielles Webinar zur Unterstützung Ihrer Kinder im Berufswahlprozess angeboten. Die Webinarzeiten liegen daher an den Wochentagen am Nachmittag. Ein Webinar dauert 30 Minuten. „Die Webinare dienen als Ersatzformat für die beliebten Workshops, die normalerweise während der Präsenzmesse stattfinden“, erläutert Resch. Großer Vorteil des Onlineformates ist, dass die Teilnehmer bequem von zu Hause an den Ort des Geschehens gelangen und einen lebendigen Eindruck zum Beispiel von einer Lehrwerkstatt bekommen.

GRÜ



Georg Berwanger

Telefon: 06131 – 262 1609



georg.berwanger@rheinessen.ihk24.de

Anmeldung zur Informations- und Kontaktbörse

www.bim-rheinessen.de



BBS Bingen verabschiedet Schulleiterin

Oberstudiendirektorin Susanne Bopp hat rund fünf Jahre lang die BBS Bingen geleitet und sich nun in die Altersteilzeit verabschiedet. Die Mitarbeiter im Dienstleistungszentrum Bingen der IHK für Rheinessen konnten sich auf Susanne Bopp vor allem auch im Bereich der Berufsausbildung verlassen, wie IHK-Geschäftsführerin Dr. Ingrid Vollmer resümiert: „Die IHK für Rheinessen dankt Frau Bopp für die sehr gute Zusammenarbeit sowie die gemeinsamen erfolgreichen Projekte. Für den neuen Lebensabschnitt wünschen wir ihr alles Gute.“

Coronabedingt konnten lediglich knapp 30 Gäste an der Feier in der Aula der BBS



Dr. Ingrid Vollmer, Geschäftsführerin der IHK für Rheinessen (r.) verabschiedet Schulleiterin Susanne Bopp.

teilnehmen. Gleichwohl waren alle Institutionen vertreten, mit denen die BBS Bingen zusammenarbeitet. Susanne Bopp hat gemeinsam mit dem Kollegium die Berufsbildende Schule als Kompetenz- und Innovationszentrum weiterentwickelt. Das brachte ihr viel Lob bei der kleinen Abschiedsfeier ein. Sie habe sich für Partizipation, Kooperation und Mitbestimmung eingesetzt, die individuelle Förderung der Schüler erreicht und gemeinsam mit dem Kollegium die Unterrichtsgüte auf eine neue Stufe gehoben, hieß es bei den Rednern.

GRÜ

„Inklusion gelingt“ bei der BIM Rheinhesen

Die regionale Initiative „Inklusion gelingt Rheinhesen“ unterstützt Schülerinnen und Schüler mit Förderbedarf und deren Eltern beim Übergang von Schule in den Beruf, aber auch interessierte Arbeitgeber, die Fachkräfte mit Beeinträchtigung einstellen möchten.

Welcher Beruf ist eigentlich der richtige für mich? Wie geht es nach der Schule weiter? Welche Hilfen kann ich bekommen?

Fragen, die alle Jugendlichen gegen Ende ihrer Schullaufbahn beschäftigen – und die besonders Schülerinnen und Schüler mit Förderbedarf vor Herausforderungen stellen. Um alle Möglichkeiten kennenzulernen, die ins Berufsleben führen – und sich für den passenden Weg zu entscheiden – braucht es oft professionelle Unterstützung.

Diese bietet die regionale Initiative „Inklusion gelingt Rheinhesen“. Sie wurde 2016 unter Federführung der IHK für Rheinhesen und von Akteuren im Bereich Inklusion und Unterstützung von Menschen mit

Beeinträchtigungen gegründet. Im Fokus stehen die Information und Unterstützung bei Übergangswegen für Jugendliche mit Förderbedarf und deren Eltern. Aber auch Schülerinnen und Schüler ohne Förderbedarf sollen sensibilisiert und informiert werden.

Die Initiative unterstützt und informiert ebenso Arbeitgeber, die Menschen mit Behinderung beschäftigen oder zukünftig beschäftigen möchten.

Beteiligte Akteure sind:

- DRK Berufsbildungswerk Worms
- IHK für Rheinhesen
- in.betrieb gGmbH, Gesellschaft für Teilhabe und Integration
- Landesamt für Soziales, Jugend und Versorgung
- Zentrum für selbstbestimmtes Leben, Mainz (ZsL Mainz e.V.)
- Zoar-Werkstätten Heidesheim

Aktionen bei der BIM Rheinhesen

Die Initiative „Inklusion gelingt Rheinhesen“ beteiligt sich an der BIM 2021 online mit einem Webinar zum Thema Digitales Vorstellungsgespräch am Samstag, 11. September, 11 bis 11:30 Uhr. Zudem können bei der digitalen Informations- und Kontaktbörse Beratungsgespräche vereinbart werden. Auch Jugendliche ohne Förderbedarf, die sich für das Thema interessieren, sind herzlich eingeladen.

VIKTORIA BRAUN

Anmeldung unter
www.bim-rheinhesen.de

Ansprechpartnerin:

Viktoria Braun

Telefon: 06131 262 1710

viktoria.braun@rheinhesen.ihk24.de



BIM Worms als Live-Messe geplant

Nachdem in den letzten beiden Jahren die Berufsinformationsmesse (BIM) Worms pandemiebedingt ausfallen musste, nehmen die Organisatoren nun erneut Anlauf, um eine BIM Worms in Präsenz zu ermög-

lichen. Am 17. September von 8:30 bis 15 Uhr und 18. September von 10 bis 15 Uhr stellen über 80 Unternehmen, Hochschulen und Institutionen aus der Region ihre Ausbildungs- und Studienmöglichkeiten vor. Die BIM Worms 2021 findet in der Sporthalle auf dem Gelände des Bildungszentrums Worms statt.

„Die zahlreichen Zusagen der Wormser Unternehmen und die Rückmeldung der Schulleiterinnen und Schulleiter bestärken uns in dem Vorhaben, unter Einhaltung der aktuellen Landesverordnung und strengen Hygieneregeln, die BIM 2021 durchzuführen. Selbstverständlich ist es möglich, dass wir die BIM Worms 2021 doch kurzfristig absagen müssen, sollte die Corona-Lage dies erforderlich machen“, sagt Tim Wiedemann, Geschäftsführer des IHK Dienstleistungszentrum Worms.



www.bim-worms.de



10. IHK-Exportforum erstmals digital



 **Gemeinsam Weltweit**

Aufwind für die Außenwirtschaft

„Wenn kein Schiff kommt gehen wir unkonventionelle Wege und nehmen den Zug.“ So schildert Dr. Alexandra Kohlmann, Geschäftsführerin der ROWE MINERALÖLWERK GmbH in Worms beim 10. IHK-Exportforum der IHKs aus Rheinland-Pfalz und dem Saarland, das Vorgehen ihrer Firma, wenn es auf dem Weltmarkt hakt – sei es, dass der Suezkanal blockiert ist oder die Pandemie gewohnte Lieferketten stilllegt.

So wie exportorientierte Unternehmen neue Wege während und nach der Pandemie gehen, ist die traditionelle Präsenzveranstaltung Exportforum in diesem Jahr virtuell zu erleben. Live aus dem Studio von mainzplus Citymarketing im Frankfurter Hof in Mainz läuft im Juli die Übertragung in 17 Länder, mit über 500 Teilnehmern, 23 virtuellen Aussteller-Ständen und zahlreichen Chats und Videoanrufen. Ein Novum für Veranstalter und Protagonisten. Noch nie konnten Unternehmerinnen und Unternehmer so schnell und direkt mit den Auslandshandelskammern (AHKs), Firmen und Dienstleistern aus aller Welt in Kontakt treten.

Erfrischend und sachkundig erläutert Alexandra Kohlmann in ihrer Keynote, wie vieles, was stabil erschien, während der Pandemie eingestürzt ist. Passend zum Motto des Exportforums „#Gemeinsam-Weltweit – Aufwind für die Außenwirtschaft“ stellt sie fest, dass das Weltwirtschaftssystem dauerhaft umorganisiert ist und es in Zukunft viel Flexibilität verlangt: „Es gibt nicht mehr den einen Weg, sondern permanenten Wandel.“ Die ROWE Holding ist in 80 Ländern weltweit tätig.

Peter Hähner, Präsident der IHK für Rheinhessen, hatte schon in seiner Begrüßung betont: „Die Pandemie hat uns vor Augen geführt, wie verletzlich die Wirtschaft sein kann: Lieferketten wurden gekappt, Rohstoffe sind knapper geworden, die Spannungen in Weltregionen nehmen zu. Zusätzlich kämpfen Unternehmen mit komplexen Handelsbarrieren und Zollbeschränkungen – sie brauchen daher gerade jetzt feste Rahmenbedingungen für den grenzüberschreitenden Handel.“ Zu diesen

Fragen wurden das Hauptzollamt Koblenz und das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) live zugeschaltet und berichteten zu den wichtigsten Themen aus Sicht der zentralen Behörden für die Exportwirtschaft.

Wirtschaftsministerin Daniela Schmitt betonte die starke weltweite Verflechtung der rheinland-pfälzischen Wirtschaft: „Mit einer Exportquote von aktuell 57 Prozent befinden wir uns nach wie vor im Spitzenfeld der Bundesländer. Daher schmerzt es besonders, dass die Corona-Krise im vergangenen Jahr tiefe Löcher in unsere Exportbilanz gerissen hat.“ Allerdings seien die ersten Lichtblicke erkennbar. „Jetzt kommt es darauf an, schnell zu reagieren, verlorenes Terrain wiedergutzumachen und neue Märkte und Chancen zu erschließen beziehungsweise zu nutzen.“

Eine virtuelle Diskussionsrunde bildeten neben Dr. Alexandra Kohlmann, Sabine Dietlmeier, Geschäftsführerin GIC Greater China GmbH, Dr. Martin Humm-

rich, Leiter der Abteilung Mittelstand und Innovation im rheinland-pfälzischen Wirtschaftsministerium und Erich Paul Lemke, Senior Manager Global Trade Compliance bei Boehringer Ingelheim. Mit kenntnisreichen Fragen moderierte Elvin Yilmaz, Abteilungsleiterin International bei der IHK für Rheinhessen, die Runde. Vor allem Lemke kritisierte, dass trotz der Digitalisierung in der Zollverwaltung zu viele Systeme nebeneinanderher laufen und es keine EU-einheitlichen Regelungen gibt.

GRÜ

EXPORTFORUM WEITER AKTIV

Die Netzwerk-Plattform ist weiterhin aktiv – Interessierte können sich kostenfrei registrieren und Kontakte aufbauen und pflegen. Workshops und Impulse wurden aufgezeichnet und können online unter www.ihk-exportforum.de nachgeschaut werden. Das 11. IHK-Exportforum 2022 ist in Koblenz geplant.



IHK-Hauptgeschäftsführer Günter Jertz, Wirtschaftsministerin Daniela Schmitt und IHK-Präsident Peter Hähner beim ersten virtuellen Exportforum.



Homeoffice im Ausland – Fluch oder Segen?

Steuer- und sozialversicherungsrechtliche Fallstricke

Während der COVID-19-Pandemie ist die Tätigkeit im Homeoffice für viele zur Normalität geworden – und einige nutzten und nutzen auch die Möglichkeit, im Homeoffice im Ausland zu arbeiten. Das „New Normal“ Arbeitsmodell wird es Beschäftigten auch in Zukunft ermöglichen, ortsflexibel zu arbeiten. Doch welche Folgen hat es für deutsche Arbeitgeber, wenn Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus dem Homeoffice im Ausland arbeiten?

Wer grenzüberschreitend tätig ist läuft Gefahr, für seinen Arbeitgeber eine Betriebsstätte im Ausland zu begründen – sei es durch eine feste Geschäftseinrichtung, durch die Tätigkeit als ständiger Vertreter oder sogar durch die Verlagerung des Ortes der Geschäftsleitung in ein anderes Land.

Letzteres ist besonders deshalb problematisch, weil das Unternehmen dann in den meisten Fällen unbeschränkt körperschaftsteuerpflichtig im Ausland wird. Die Folge

einer Betriebsstätte im Ausland ist aber in jedem Fall eine zumindest beschränkte Körperschaftsteuerpflicht in dem betreffenden Staat und die damit einhergehende Notwendigkeit, bestimmte Compliance-Anforderungen erfüllen zu müssen. Darüber hinaus kann es durch die ausländische Betriebsstätte zu einer Entstrickung von inländischen Wirtschaftsgütern kommen, was zu einer Besteuerung von deren stillen Reserven führen kann. In jedem Fall ist eine länderspezifische Betrachtung erforderlich, auch mit Blick auf ein eventuell geschlossenes Doppelbesteuerungsabkommen (DBA), da viele Länder den Begriff der Betriebsstätte individuell auslegen.

Auch stellt sich die Frage, ob der inländische Arbeitgeber Lohnsteuer für Beschäftigte im Ausland einbehalten muss. Entsteht durch die Homeoffice-Tätigkeit im Ausland eine Betriebsstätte, so könnte der inländische Arbeitgeber nach ausländischem Recht verpflichtet sein, die Lohnsteuer vom ersten Tag an in dem betreffenden Staat einzubehalten. Gleiches gilt auch

für den Fall, dass kein DBA mit dem ausländischen Staat besteht. Sofern ein derartiges Abkommen existiert und keine Betriebsstätte im Ausland entsteht, kann auch bei einem Aufenthalt von über 183 Tagen im Ausland eine dortige Steuerpflicht begründet werden. Über welchen Zeitraum diese 183 Tage bemessen werden, richtet sich nach dem jeweiligen DBA. Unter Umständen können im Ausland aber

ZUM AUTOR

Marco Schader ist Steuerberater, Fachberater Internationales Steuerrecht und Partner der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Warth & Klein Grant Thornton AG. Er berät Mandanten seit mehr als zehn Jahren im Bereich Besteuerung von internationaler Arbeitnehmertätigkeit und leitet den Global Mobility Bereich bei der Warth & Klein Grant Thornton AG. Zudem ist er Lehrbeauftragter an der Hochschule Worms und Referent bei Veranstaltungen zum Thema Besteuerung von grenzüberschreitenden Tätigkeiten.



Wwkg.com

auch steuerliche Meldepflichten entstehen, obwohl die Beschäftigten dort gar nicht steuerpflichtig werden, etwa bei Nullmeldungen in Spanien.

Nicht nur im Rahmen des Steuerrechts, sondern ebenso im Sozialversicherungsrecht stellt sich die Frage, welche Auswirkungen das Homeoffice im Ausland haben kann. In der EU, dem EWR sowie mit der Schweiz besteht aufgrund der EU-Verordnung 883/04 wohl nur ein geringes sozialversicherungs-

rechtliches Risiko. Allerdings besteht in den Drittländern die Gefahr der Doppelerhebung von Sozialversicherungsbeiträgen.

Aus Sicht der Beschäftigten ist es eine attraktive Alternative, in anderen Ländern im Homeoffice zu arbeiten. Für den Arbeitgeber bedeutet dies jedoch, dass es zu zusätzlichen Compliance-Kosten oder sogar zu einer höheren Ertragssteuerbelastung führen kann. Werden die Verpflichtungen zu spät erkannt, besteht die Gefahr von Strafen

und Doppelbesteuerung. Daher ist für den Arbeitgeber eine Risikoüberwachung wichtig. Darüber hinaus kann es hilfreich sein, unkritische Zeiträume für Homeoffice im Ausland in Richtlinien festzulegen. Nicht zuletzt muss dabei länderspezifischen Besonderheiten Rechnung getragen werden.

MARCO SCHADER
STEUERBERATER, FACHBERATER INTERNATIONALES STEUERRECHT

IHK-Termine International

15. September 2021 Webinar: Neue Spielräume bei der Fachkräftesicherung – Auszubildende und Fachkräfte aus dem Ausland

22. September 2021 Online-Seminar: Sicherheit, Qualität & Konformität beim Export von Waren nach Afrika und dem mittleren Osten

30. September 2021 Das IHK-Ursprungszeugnis

30. September 2021 Carnet-A.T.A.- Der Reisepass für Waren zur vorübergehenden Einfuhr ins Ausland

07. Oktober 2021 Webinar: Home-Office im Ausland – Fluch oder Segen? – Steuerliche Fallstricke am Beispiel der Türkei

26. Oktober 2021 Webinar: Medizinische Assistance bei Auslandsentsendungen

22. November 2021 Lieferantenerklärungen 2021 – verstehen, ausstellen, anwenden

22. November 2021 Einreihung von Waren in den Zolltarif

23. November 2021 Webinar: Sourcing – Geschäftsmöglichkeiten und Entwicklungen in Südafrika, Namibia und Sambia

30. November 2021 Neue Absatzchancen in Österreich

Weitere spannende Länderveranstaltungen und Workshops werden in Kürze veröffentlicht. Wenn Sie direkt davon erfahren wollen, melden Sie sich für unseren kostenfreien Newsletter an unter: https://www.rheinessen.ihk24.de/servicemarken/Newsletter/Premium_Unser_Draht/3436166

„Werden Sie zum Wellenbrecher“



IHK Angewandte
Hochschule

Schützen Sie sich und andere!
Schon geimpft?

Werden Sie zum Wellenbrecher

GemeinsamGeimpft ihk-rjp.de

Neben dem Einhalten von Hygieneregeln ist das Impfen die beste Möglichkeit, nicht nur sich und andere zu schützen, sondern einen weiteren Lockdown für die Wirtschaft zu vermeiden. Händler und Unternehmen sollten ihre Kundschaft sowie ihre Mitarbeiter auf die Möglichkeit des Impfens sowie auf die Einhaltung von Hygieneregeln hinweisen.

Die IHK für Rheinhessen bietet dafür eine Vorlage (siehe QR-Code) für Plakate an, die in unterschiedlicher Größe ausgedruckt und sichtbar in Geschäftsräumen aufgestellt oder angebracht werden können.




Andre-Michels.de

ANDRE – MICHELS + CO.
STAHLBAU GMBH

info@Andre-Michels.de

56727 Meyen

02651 96200

Stahlhallenbau • Seit 1984

Digital Hub Worms wird neue Heimat für Start-ups

Im kommenden Jahr entsteht in Worms eine neue Heimat für Start-ups und die innovative Zusammenarbeit bestehender Unternehmen: Nach Auszug der Stadt aus dem Adenauerweg 1 soll sich auf rund 1.000 Quadratmetern im Erdgeschoss des Gebäudes ein Digital Hub entwickeln. Die Trägerschaft übernehmen rund zwanzig Wormser Unternehmen, die Stadt Worms sowie die Wirtschaftsförderungsgesellschaft, die Hochschule Worms und die IHK für Rheinhausen im Rahmen eines gemeinsamen Vereins.

gen an die Wormser Politik im Jahr 2019 detaillierter ausgearbeitet.

Im Herbst des vergangenen Jahres wurde dann eine Arbeitsgruppe aus Hochschule, Stadt und IHK gebildet, um das Projekt zu verwirklichen. Ganz besonders dankte Kundel den Wormser Unternehmen, die sich bereit erklärt haben, sowohl finanziell als auch ideell einen Beitrag zu leisten, um das Projekt anzuschieben. „Auf diese Gemeinschaftsleistung der Wormser Wirtschaft bin ich sehr stolz“, betont der IHK-Vizepräsident.

berichtet Prof. Dr. Jens Hermsdorf, Präsident der Hochschule Worms. „Das liegt einerseits an den praxisnahen Studiengängen und andererseits an der hervorragenden Arbeit unseres Professors für Entrepreneurship, Prof. Dr. Michael Graef, und seinem Team rund um das Gründungsbüro. Wir haben mit ihm und unserem Vizepräsidenten Prof. Dr. Henning Kehr intensiv an der Konzeption des Digital Hub Worms mitgearbeitet und sind sicher, dass wir mit diesem innovativen An-



Initiatoren des Digital Hub Worms bei der Pressekonferenz: Prof. Dr. Jens Hermsdorf (Präsident der Hochschule Worms), Michael Kundel (Vizepräsident der IHK für Rheinhausen), Adolf Kessel (Oberbürgermeister der Stadt Worms), Tim Wiedemann (Geschäftsführer der IHK für Rheinhausen), Ralf Lottermann (wirtschaftspolitischer Sprecher der SPD-Fraktion im Wormser Stadtrat) (v.l.).

Die Idee zum Digital Hub Worms gibt es schon länger, wie Michael Kundel, Vizepräsident der IHK für Rheinhausen, erklärt. „Bereits im Jahr 2017 wurde deutlich, dass es in der Zukunft kaum neue Gewerbeflächen geben wird. Gleichzeitig brauchen wir in Worms jedoch Spielräume für nachhaltiges wirtschaftliches Wachstum und Prosperität, um als attraktiver Wirtschaftsstandort zu bestehen.“ In der Resolution zum Wirtschaftsstandort Worms habe man mit der Verpflichtung zur Förderung der Gründerszene den Grundstein für den Digital Hub gelegt und dies gemeinsam mit der Hochschule in den Handlungsempfehlun-

Schließlich sei auch im Worms-Plan der Großen Koalition vereinbart worden, die Rahmenbedingungen für Start-ups und Existenzgründungen in der Stadt zu verbessern. Der IHK-Vizepräsident dankte besonders der Wirtschaftsförderung für ihr starkes Engagement im Projekt. „Der Digital Hub Worms wird die gesamte Stadtentwicklung enorm beflügeln, da er wichtige neue Impulse für die Innenstadt setzt und die Standortattraktivität von Worms steigert“, sagt Oberbürgermeister Adolf Kessel.

„An unserer Hochschule haben sich in den letzten Jahren zahlreiche Start-ups mit digitalem Schwerpunkt entwickelt“,

UNTERNEHMEN BEIM DIGITAL HUB

Diese Unternehmen beteiligen sich am Digital Hub Worms: TST, Renolit, Timbra Group, EWR, Sparkasse Worms-Alzey-Ried, Volksbank Alzey Worms, ROWE, Schuch Leuchten, Röchling, Grace, Sika Automotive Frankfurt-Worms, Fiege, Reifenhäuser Blown Film, Creditreform Worms, Lebenshilfe Worms, Rhenania, Elektro Knies und Wigol. Außerdem engagieren sich die Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH, die Stadt Worms, die IHK für Rheinhausen sowie die Hochschule Worms.

satz unseren Start-up-Teams aus der Hochschule eine wachstumsfördernde Heimat bieten können.“

Den aktuellen Stand des Projektes beschreibt Tim Wiedemann, Geschäftsführer der IHK für Rheinhausen am Standort Worms: „Die Finanzierung steht, der Standort ist gefunden und die Wormser Wirtschaft hat sich zu einem Engagement bekannt – das waren bisher für uns die wichtigsten Meilensteine.“ In den kommenden Monaten werde man die Vereinsgründung vorantreiben. Danach wird es für weitere Unternehmen, aber auch für Privatleute möglich sein, in den Verein einzutreten und den Digital Hub Worms zu unterstützen. Wiedemann macht deutlich: „Der Digital Hub Worms wird mehr sein als ein Gebäude, in dem sich Start-ups einmieten können – er soll der Ort werden, an dem Geschäftsmodelle zu zentrale Zukunftsideen entstehen, spannende Events stattfinden und Unternehmen kooperieren.“

Rentenversicherungspflicht für Selbstständige kommt (doch noch nicht)!

Das Leben verläuft rasend schnell, die Zeit vergeht. Dann folgt der vielleicht schönste Lebensabschnitt: Sie leiteten erfolgreich ein Unternehmen, die Nachfolge ist geregelt, ein schönes Haus wurde gebaut, die Kinder stehen auf eigenen Beinen. Nun bleibt Zeit für Hobbys und Reisen. Ein neuer, langer und hoffentlich gesunder Lebensabschnitt beginnt. Hört sich doch wunderbar an!

Das alles sollte kein Problem sein. Wir hatten viel Zeit uns auch finanziell darauf vorzubereiten. Aber haben wir immer die richtigen Entscheidungen getroffen? Es geht um nicht weniger als die Frage: Wovon wollen wir später leben? Die Praxis zeigt: Die eigenen Maßnahmen werden meist überschätzt; die Herausforderungen, wie Inflation, Steuern und Krankenversicherungsbeiträge, werden zu oft unterschätzt. Die Statistik zeigt deutlich: Selbstständige sind überdurchschnittlich häufig von Altersarmut betroffen.

Not nach dem Wohlstand oder ewig arbeiten?

Die Hälfte der ehemals Selbstständigen verfügt über ein Einkommen von unter 1.200 EUR netto monatlich! Freiheit und Verantwortung bedingen sich gegenseitig. Doch geht die Entscheidungsfreiheit auch einher mit der Verantwortung für die eigene Altersvorsorge?

Die Politik diskutiert seit langem, die vier Millionen Selbstständigen verpflichtend in die Alterssicherung einzubeziehen. We-

nig erstaunlich, die hierzulande fehlende obligatorische Absicherung ist eine europäische Ausnahme. Alle anderen EU-Staaten verpflichten Selbstständige zur Altersvorsorge. Bei uns betrifft die Versicherungspflicht bisher nur 27 Prozent: Die Freiberufler in Versorgungswerken und wenige Versicherungspflichtige in der gesetzlichen Rente. Rund drei Millionen sind ohne ausreichende Alterssicherung.

„Um den sozialen Schutz von Selbstständigen zu verbessern, wollen wir eine (...) Altersvorsorgepflicht für alle Selbstständigen einführen, die nicht bereits anderweitig obligatorisch abgesichert sind. Zudem soll diese Vorsorge insolvenz- und pfändungssicher sein und eine Rente oberhalb des Grundsicherungsniveaus ermöglichen.“

Noch im Herbst 2020 war Minister Heil optimistisch, dass das Gesetz bald kommt. Im April 2021 verkündete sein Ministerium, dass sich durch die Corona-Pandemie die wirtschafts- und sozialpolitischen Rahmenbedingungen so massiv geändert haben, dass eine zeitnahe Umsetzung nicht mehr möglich sei.

Voraussichtlich erfolgt die Einführung der Pflicht erst 2024: Die Pläne sehen vor, dass, wer nicht bereits versicherungspflichtig ist, wie z.B. Freiberufler im Versorgungswerken, zwischen der

- umlagefinanzierten gesetzlichen Rentenversicherung und
- der privaten kapitalgedeckten privaten Altersvorsorge, der sog. Basisrente wählen kann.

Wer das Wahlrecht nicht freiwillig nutzt, soll zwangsweise in die Gesetzliche Rentenversicherung. Ziel der Pflichtvorsorge ist, dass eine Rente oberhalb des Grundsicherungsniveaus erreicht wird: Derzeit lediglich rund 800 EUR pro Monat.

Dringender Auftrag an die nächste Bundesregierung ist daher, das Problem der zu häufigen Altersarmut der Selbstständigen zu lösen.

Alternativen nutzen

Auf die Politik und Renten auf Grundsicherungsniveau zu warten ist keine Lösung! Nutzen Sie den wichtigsten Verbündeten der Altersvorsorge, die Zeit! Nur rechtzeitiges Handeln und ein klarer Plan, machen das große Ziel der Lebensstandardsicherung im Alter möglich.

CHRISTOPH APPEL

MITGLIED IM VERSICHERUNGS-AUSSCHUSS DER IHK FÜR RHEINHESSEN

Sachverständiger

Die öffentliche Bestellung von folgendem Sachverständigen ist erloschen:

Dipl.-Ing. (FH), Architekt, Bernhard Dusch, Bechtholsheim, vormals öffentlich bestellt und vereidigt für die „Bewertung von bebauten und unbebauten Grundstücken“.

ZUM AUTOR



Der Versicherungsmakler Christoph Appel ist Fachwirt für Finanzberatung (IHK) und zertifizierter Vorsorgeberater (IVFP). Sein Unternehmen *appel insurance brokers* in Mainz-Drais ist auf Absicherungskonzepte für Zielgruppen wie Akademiker, Selbstständige und Unternehmen spezialisiert.



www.appel.versicherung

SPEZIALVERSIEGELUNG

Ihres Fahrzeugs: intensiver Schutz und Tiefenglanz!

Auf diesen einzigartigen **Lackschutz** erhalten Sie bis zu
2 Jahre Garantie auf Nanoversiegelung und bis zu
5 Jahre Garantie auf Keramikversiegelung!

Rufen Sie uns an, wir beraten Sie gerne persönlich!

Robert-Koch-Straße 12 · 55129 Mainz · Telefon 06131 504664
WWW.BEITZ-FAHRZEUGPFLEGE.DE

NÄCHSTES TITELTHEMA

Wie tickt die junge Wirtschaft?



TERMINE

Ausgabe	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin
06/21	07. Oktober	03. November
01/22	29. November	24. Dezember

Beileger-Hinweis:

Schulz GmbH & Co. KG (Büroausstattung)
deus21.de medical care (Hygieneprodukte)
KARL+CO MINI, Mainz

IMPRESSUM

Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt:
Industrie- und Handelskammer für Rheinhesen,
Hauptgeschäftsführer Günter Jertz
Schillerplatz 7, 55116 Mainz
Telefon 06131 262-0, Fax 06131 262-1010
www.rheinhesen.ihk24.de, ISSN 2190-6866

Redaktion:
Melanie Dietz (V.i.S.d.P.),
Telefon 06131 262-1005
presse@rheinhesen.ihk24.de

Mitarbeit: Gabi Rückert

Satz, Layout & Gesamtherstellung:
gzm Grafisches Zentrum Mainz Bödige GmbH
Dekan-Laist-Straße 38, 55129 Mainz

Verlag und Anzeigenverwaltung:
gzm Grafisches Zentrum Mainz Bödige GmbH
Dekan-Laist-Straße 38, 55129 Mainz
Telefon 06131 5804-0

Fotos:

Adobe (Titel, 2, 12, 36, 38, 44), Appel Versicherung (47), Autohaus Heinz (5), BBS Bingen (40), Boehringer Ingelheim (14), Citymanagement Mainz (4), Uwe Feuerbach (37), Hochschule Worms (46), IHK Pfalz (8), Juwelier Willenberg (5), Köbig (16), privat (5, 6), Reh Kendermann (19), Daniel Reuter (39), Gabi Rückert (39), Kristina Schäfer (6), Schönenberger Mode (4), Alexander Sell (3, 42, 43) Stadtmarketing Worms (6, 11), SCHOTT (19), sportgreen (20), Tracoe (14), Trautmann Immobilien (4), Zoar Werke (41).

Anzeigenabteilung:
Telefon 06131 5804-0

Anzeigenleitung:
Jürgen Bödige, Telefon 06131 5804-0
Fax 06131 5804-15, anzeigen@gzm-mainz.de

Layout-Konzeption:

3st – Kommunikation GmbH
Taususstraße 59 – 61, 55120 Mainz,
Telefon 06131 49961-0

Erscheinungsweise: 6 x im Jahr

Der Bezug der IHK-Zeitschrift erfolgt im Rahmen der grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied der IHK.

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

Im Sinne einer besseren Lesbarkeit der Texte wurde von uns entweder die männliche oder weibliche Form von personenbezogenen Hauptwörtern gewählt. Dies impliziert keinesfalls eine Benachteiligung anderer Geschlechterzugehörigkeiten. Alle Geschlechter mögen sich von den Inhalten gleichermaßen angesprochen fühlen.
Druckauflage: 21.500

Anzeigenwerbung im IHK Report

Ja, ich möchte eine Anzeige im IHK Report schalten.
Bitte senden Sie mir die aktuelle Preisliste zu.

Einfach faxen 061 31 5804-15 oder abtrennen und senden an
Grafisches Zentrum Mainz Bödige GmbH, Dekan-Laist-Straße 38, 55129 Mainz
Nähere Informationen unter: www.gzm-mainz.de

Name	Firma	
Straße	PLZ	Ort
Telefon	Telefax	E-Mail

GLASFASER-POWER FÜR MAINZER UNTERNEHMEN



**BESCHLEUNIGEN SIE
IHR BUSINESS!**

Internet • Ethernet • WLAN • Cloud

www.mainzer-breitband.de



**MAINZER
BREITBAND**



In jeder Herausforderung steckt eine Chance: Wir finden sie.

Die Welt ist in Bewegung: Märkte und Geschäftsmodelle verändern sich rasanter denn je. Umso wichtiger, einen Partner zu haben, der Ihre Ziele fest im Blick behält. Mit der LBBW an Ihrer Seite meistern Sie die Herausforderungen des Wandels

und bleiben langfristig erfolgreich. Warten Sie nicht länger und nehmen Sie die Zukunft selbst in die Hand – besuchen Sie uns am besten noch heute auf www.LBBW.de

Bereit für Neues

LB \equiv BW