

Wirtschaft

Rhein-Zeitung

3/2024

Die regionale Wirtschaftszeitung der Rhein-Zeitung

3,49 Euro

Chefsache

Evangelos Botinos im Interview mit Christoph Jolas, KBM Motorfahrzeuge **SEITEN 4/5**

Auslandsgeschäft

Rheinland-pfälzische Betriebe auf dem Weg zu neuen Märkten **SEITEN 20/21**

Nachfolge

Familienunternehmen auf dem Weg in die Zukunft **SONDERVERÖFFENTLICHUNG**

Wirtschaft Campus

Die digitale Plattform WIRTSCHAFT CAMPUS feierte ihren ersten Geburtstag. Die Rhein-Zeitung hatte zu einem Jahresevent im Medienzentrum in Koblenz eingeladen und blickte mit vielen Gästen zurück auf ein Jahr innovative Fortbildungen, tiefgründige Podcasts und anregende Online-Talks. In zwölf erfolgreichen Monaten stellte die im April 2023 gegründete Lernplattform, in Zusammenarbeit mit den Rechtsexperten der Kanzlei Martini Mogg Vogt, regelmäßig spannende Themen für die mittelständische Wirtschaft vor und informierte über aktuelle und rechtliche Hintergründe. Beim Campus-Jahresevent wurde gefeiert – aber nicht nur: Vorträge über die Rolle eines modernen Mediums wie der Rhein-Zeitung sowie über rechtliche und finanzielle unternehmerische Aspekte setzten den Anspruch der fundierten Wissensvermittlung fort. Auch für die Zukunft planen die Initiatoren des WIRTSCHAFT-Campus, das Know-how von Experten bestmöglich zu teilen und weiter zu entwickeln.

Kurz notiert

Zahl der Start-up-Gründungen steigt
Mit 658 neu gegründeten Start-ups im ersten Quartal 2024 ist ein deutlicher Aufschwung zu verzeichnen. Im Vergleich zum Vorquartal entspricht dies einem Plus von 17 Prozent, im Vergleich zum Vorjahresquartal einem Plus von fast fünf Prozent. Dabei überholt das Thema Künstliche Intelligenz sogar die Nachhaltigkeit. Der positive Trend ist vor allem vor dem Hintergrund beachtenswert, dass die Zahl der Neugründungen 2023 deutlich eingebrochen und um zehn Prozent gesunken war. Die Zahl der Gründungen gilt als Stimmsbarometer für die Start-up-Branche, die zuletzt unter der Zinswende, den konjunkturellen und geopolitischen Herausforderungen und der Finanzierungskrise gelitten hat. Dennoch bleibe die Finanzierungssituation auch 2024 weiterhin schwierig. Quelle: Handelsblatt/Startupdetektor/Hightech Gründerfonds Mehr Informationen auch in unserem Bericht im Dossier Seite 12.

WIRTSCHAFT als E-Paper



Der Aktionscode für die aktuelle digitale Ausgabe lautet **WIR-2806**.

Jeder im Besitz des Codes kann die WIRTSCHAFT kostenfrei laden.

Der Aktionscode lässt sich unter www.rhein-zeitung.de einlösen oder unter <https://rzepaper.rhein-zeitung.de/>

Die Wirtschaftszeitung kann auch mit der E-Paper-App der Rhein-Zeitung auf dem Smartphone oder dem Tablet gelesen werden.

Weltordnung im Wandel

Nichts ist mehr so, wie es hätte sein können. Die Weltordnung verändert sich. Die Globalisierung ist auf dem Rückzug, die Demonstration von Marktmacht auf dem Vormarsch. Vernetzungen, die über Jahrzehnte gewachsen sind, werden brüchig oder lösen sich vollständig auf. Die geopolitischen Realitäten verschieben sich spürbar.

Foto: Tryfonov/stock.adobe.com

Geopolitik Seit 1945 hat Europa seine längste Friedensperiode erlebt – bis zum jähen Ende am 24. Februar 2022, als Russland die Ukraine überfiel. China ist seit 1978 zur zweitmächtigsten Wirtschaftsnation der Welt aufgestiegen. Der Nahe Osten ist ein Pulverfass. Zölle, Einschränkungen der offenen Märkte und die Bedrohung wichtiger Seewege setzen dem Handel zu. Wie wird die Weltordnung der Zukunft aussehen?

Von Hans-Rolf Goebel

Es war fast so etwas wie ein Zauberwort, das in den 1980er und 1990er Jahren viele zum Schwärmen brachte – die Globalisierung. Dahinter verbarg sich die Vision einer zusammenhängenden Welt, wirtschaftlich, logistisch und technologisch eng verflochten, die nur Gewinner kennt. Wandel durch Handel sollte dazu beitragen, Schwellenländer in das weltweite Wirtschaftsleben besser zu integrieren, dauerhaft freie Märkte zu schaffen und vielerorts demokratische Grundstrukturen zu etablieren und zu stärken. „Von der Globalisierung hat die Weltwirtschaft über Jahrzehnte profitiert. Jetzt steht die Globalisierung auf der Kippe“, sagt Dr. Peter Biele, Vorstandsvorsitzender von Thyssenkrupp Rasselstein in Andernach. „Wir erleben einen Trend zu Wettbewerbsverhältnissen, die von einzelnen Länderinteressen geprägt sind und deren Rahmenbedingungen nicht fair sind.“

Das Unternehmen gehört zu den weltweit führenden Anbietern von hochwertigem Verpa-

kungsstahl, beispielsweise für Lebensmittel- und Tiernahrungsdosen, Getränke- und Aerosoldosen sowie von Kronkorken und Drehverschlüssen. Man sehe sich in Deutschland mit einer Industriepolitik konfrontiert, die mit ihren langfristigen Auswirkungen zu Schäden führen könne, die erst über Generationen wieder reparabel seien, betont Biele. „Die deutschen Unternehmen stecken viel Kraft und Geld in die Energiewende. Wir tun das aus Überzeugung, weil wir es für richtig halten. Wir rüsten um, und wir investieren große Summen in moderne Technik. Wir haben kein Problem mit der Klimapolitik, brauchen aber auch eine konsistente, aktive Industriepolitik“, sagt Biele.

Als positives Beispiel nennt er die Wirtschaftspolitik der USA unter Präsident Joe Biden. Mit dem 2022 beschlossenen sogenannten Inflation Reduction Act (IRA) haben die USA ein 738 Milliarden Dollar schweres Investitionsprogramm zur Abschwächung der Inflation aufgesetzt. Neben Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und einer Neu-

ausrichtung der US-amerikanischen Wirtschaft auf erneuerbare Energien sieht es umfassende steuerliche Neuregelungen vor. Enthalten sind auch Steueranreize in Höhe von etwa 270 Milliarden US-Dollar, die teilweise an den Erwerb von Produkten aus

„Die deutschen Unternehmen stecken viel Kraft und Geld in die Energiewende. Wir tun das aus Überzeugung, weil wir es für richtig halten.“

Dr. Peter Biele, Vorstandsvorsitzender von Thyssenkrupp Rasselstein.

US-amerikanischer Produktion geknüpft sind. „Die USA machen uns vor, wie pragmatische Industriepolitik geht. Ob der Inflation Reduction Act auf Dauer das richtige Instrument ist, kann man nicht vorhersagen. Aber Investitionsanreize, Steuervergünstigungen und billige Energie haben die US-Wirtschaft zweifelsfrei angekurbelt“, stellt Biele fest. „Deutschland droht hingegen auf längere Zeit Schlusslicht der G7-Staaten zu bleiben.“

Auch Dr. Claudia Schmucker, Leiterin des Zentrums für Geopolitik, Geoökonomie und Technologie der Deutschen Gesellschaft für Auswärtige Politik (DGAP), glaubt, dass der Zauber der Globalisierung weitgehend verfliegen ist. „Der Gedanke, dass Vernetzung durchweg positiv ist, wurde in den vergangenen Jahren stark relativiert. Spätestens seit der Finanzkrise 2007 und 2008 hat sich die Erkenntnis durchgesetzt, dass der Markt nicht alles von allein regelt. Es wurde klar, dass nicht nur Effizienz zählt, sondern auch Resilienz.“

Handel und ökonomische Nähe wird zunehmend auch als eine Gefahr gesehen, die sich in einem neuen geökonomischen Umfeld als wirkungsvolle Waffe gegen frühere Partner anwenden lässt. „Mehr Distanzierung, mehr Abschottung und gefährliche unilaterale Abhängigkeiten haben dazu geführt, dass Sicherheitsaspekte wieder stärker in den Vordergrund gerückt sind“, sagt Schmucker. Deutschland habe sich schnell aus der Abhängigkeit von russischen Gasliefer-

rungen gelöst und die Energieversorgung wirkungsvoll umgestellt. Die zentrale Aufgabe sei derzeit, die bestehenden Abhängigkeiten von anderen Ländern genau zu analysieren und so zu verringern, dass man im Krisenfall eine geeignete Ausweichmöglichkeit mobilisieren kann. Schmucker sieht ein weiteres Risikopotenzial in der Schwächung der Global Governance im Weltmarkt, also der Spielregeln, auf die man sich einigt. Das zielt vor allem auf die Welthandelsorganisation (World Trade Organization, WTO) ab. Sie bildet das rechtliche und institutionelle Fundament des multilateralen Handelssystems und ist die einzige internationale Organisation, welche die grenzüberschreitenden Handelsbeziehungen der Staaten auf globaler Ebene regelt. Die WTO existiert seit 1995 und hat zum Ziel, einen möglichst liberalen und diskriminierungsfreien Handelsverkehr zu unterstützen, da dies ein wichtiger Beitrag für Entwicklung und Wohlstand ist. Aber die Regeln und Vorschriften der WTO werden kontinuierlich missachtet und ausgehöhlt. „Viele Gegnerschaf-

Fortsetzung auf Seite 2

Editorial



Liebe
Leserinnen und
Leser,

Deutschland ist wieder im Fußballfieber. Es ist immer wieder erstaunlich, wie dieser Sport die Menschen zusammenbringt und für regelrechte Euphorie sorgt.

Doch parallel zur herrschenden Sportbegeisterung bleiben die herausfordernden Themen für das Land und für die Wirtschaft auf der Tagesordnung. Und wenn auch sportliche Ereignisse die Nationen verbinden können, scheint sich die Weltordnung in einem gravierenden Wandel zu befinden. Wirtschaftsmachtgefüge verschieben sich. Die vielversprechende Globalisierung ist einer Vorsichtshaltung gegenüber einigen Ländern gewichen. Mit dieser Veränderung der geopolitischen Realitäten befasst sich das Top-Thema der neuen WIRTSCHAFT.

Dass trotz vieler Krisen eine enorme dynamische Kraft in der regionalen Wirtschaftslandschaft steckt, belegen die Berichte zu dem gleichlautenden Thema „Dynamik“ im aktuellen Dossier. Unternehmen, Institutionen und Kommunen bringen Höchstleistungen, um die Bedingungen und Entwicklungen für Gesundheit, Arbeitsmarkt und Energiewende zu verbessern und zu beschleunigen.

Dem viel diskutierten Konfliktpotenzial im Arbeitsleben zwischen der GenZ und der Silver Worker wollten wir auf den Grund gehen. Dafür haben wir Studien herangezogen und Unternehmen nach ihren Erfahrungen befragt. Die interessanten und teilweise überraschenden Ergebnisse lesen Sie in der Rubrik „Leben und Arbeiten“.

Unterschiedliche Vorstellungen der jüngeren Generation, aber auch ein schwieriger gewordener Umfeld, lassen zahlreiche Unternehmen vergebens nach einem Nachfolger suchen. Die Zeiten der selbstverständlichen Übergabe des Familienunternehmens an Sohn oder Tochter sind endgültig vorbei, Firmeninhaberinnen und -inhaber sind ratlos. Die neue WIRTSCHAFT widmet sich ausführlich dieser komplexen Thematik. Erfahrene Experten stellen Lösungen und Maßnahmen vor.

Diese und viele weitere spannende Themen hält die WIRTSCHAFT wieder für Sie bereit. Ich wünsche Ihnen eine inspirierende Lektüre und uns allen noch einen erfolgreichen Verlauf der Fußball-EM mit vielen weiteren Toren für Deutschland.

Ihr
Evangelos Botinos
Geschäftsführer rz-Media GmbH



Mit dem Inflation Reduction Act (IRA), der 2022 verabschiedet wurde, hat Präsident Joe Biden die amerikanische Wirtschaft auf Touren gebracht. Ein 738 Milliarden Dollar schweres Investitionsprogramm zur Abschwächung der Inflation enthält neben Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und einer Neuausrichtung der US-amerikanischen Wirtschaft auf erneuerbare Energien umfassende steuerliche Neuregelungen und Steueranreize. Auch deutsche Unternehmen wünschen sich einen pragmatischeren Ansatz in der Industriepolitik.

Foto: Vitalii Vodo-lazskyi/stock.adobe.com

„Viele Gegnerschaften und die Demonstration von Marktmacht, vor allem durch China und die USA, haben dazu geführt, dass die internationale Interdependenz mit globalen Regeln immer mehr aufgefächert.“

Dr. Claudia Schmucker, Leiterin des Zentrums für Geopolitik, Geoökonomie und Technologie der Deutschen Gesellschaft für Auswärtige Politik (DGAP).

terdependenz mit globalen Regeln immer mehr aufgefächert“, sagt die Expertin der Deutschen Gesellschaft für Auswärtige Politik. „Das geht zulasten der EU und vor allem Deutschlands. Denn als Exportnation sind wir besonders stark in den Welthandel eingebunden und von funktionierenden Regeln abhängig.“

Auch die Lieferkettensicherheit rückt immer mehr in den Fokus. Handlungsexperten sind alarmiert, nachdem ein einziges querliegendes Schiff im Suezkanal die weltweiten Handelsströme blockierte. Oder als die während der Coronapandemie gesperrten chinesischen Tiefseehäfen die Containerpreise explodieren ließen, oder seit Huthi-Milizen Seewege unsicher machen.

Ein Rätsel bleiben vielen Marktbeobachtern die Absichten und Ziele Chinas. „China darf man nicht unterschätzen. Das Land agiert sehr leise und zurückhaltend, geht seinen Weg aber sehr konsequent. Für viele Unternehmen in Rheinland-Pfalz ist und bleibt China ein wichtiger Handelspartner“, sagt Karina Szwede, stellvertretende Hauptgeschäftsführerin der Industrie- und Handelskammer (IHK) Koblenz. Eine weitgehende Abnabelung der EU von China sei allein schon deshalb schwierig, weil das Reich der Mitte vieles bietet, das andernorts schwierig zu erhalten sei. Beispielsweise seltene Erden oder Rohstoffe wie Scandium zur Herstellung von Laserkristallen und Antimon als Flammschutzmittel in Kunststoffen und Textilien. Szwede erin-

tert daran, dass China vor Jahrhunderten schon einmal die führende Wirtschaftsmacht der Welt war und seit 1978 konsequent daran arbeite, die USA zu überflügeln und den Platz an der Spitze für sich zu beanspruchen.

Sie rät dazu, den Blick nicht nur auf China zu richten, sondern die eigene Wahrnehmung auf den gesamten asiatischen Markt auszuweiten, der in Zukunft an Bedeutung ge-

winnen werde. „Zu den Aufsteigerländern zählen beispielsweise Indonesien, die Philippinen und Malaysia. Dass dort die Musik spielt, zeigen die wirtschaftlichen Kennzahlen für die Region“, weiß Szwede. Asien-Pazifik bleibt mit einem Wachstum von 4,6 Prozent im Jahr 2023 und einem prognostizierten Wachstum von 4,2 Prozent im Jahr 2024 Wachstumsmotor der Weltwirtschaft. Diese erreichte 2023 gut 3,0 Prozent Wachstum, 2024 soll es bei 2,9 Prozent liegen.

„Die EU muss schneller und ihre Prozesse einfacher werden“, fordert Szwede. „Die Stimmung in der deutschen Wirtschaft ist

nicht zuletzt deshalb eingetrübt, weil neben dem eigentlichen Geschäft ein enormer, ständig wachsender Aufwand für Außenbürokratie und für Berichtspflichten betrieben werden muss. Das bedeutet immer mehr Bürokratielast bei mangelndem Personal.“

Auch der Vorstandsvorsitzende von Thyssenkrupp Rasselstein hat Wünsche an die EU. „Es entstehen derzeit Wertschöpfungsketten, die deutlich zulasten der EU und Deutschlands gehen. Vor allem China sucht neue Absatzmärkte, nachdem der Handel mit den USA für das Land schwieriger geworden ist. Europa gilt als hochpreisiger Markt und wird

Kontakt

Bitte schreiben Sie uns!

Wie gefällt Ihnen die vorliegende Ausgabe der „Wirtschaft“? Möchten sie ein Thema anstoßen? Wir freuen uns auf Ihre Anregungen und Reaktionen. Schreiben Sie uns Ihre Meinung per **E-Mail** an wirtschaftszeitung@rhein-zeitung.net

Impressum

„Wirtschaft“ – die Wirtschaftszeitung der Rhein-Zeitung, Nr. 3/2024

Herausgeber: Mittelrhein Verlag GmbH, 56072 Koblenz

Verleger: Walterpeter Twer

Geschäftsführer: Thomas Regge

Chefredaktion: Gudrun Katharina Heurich

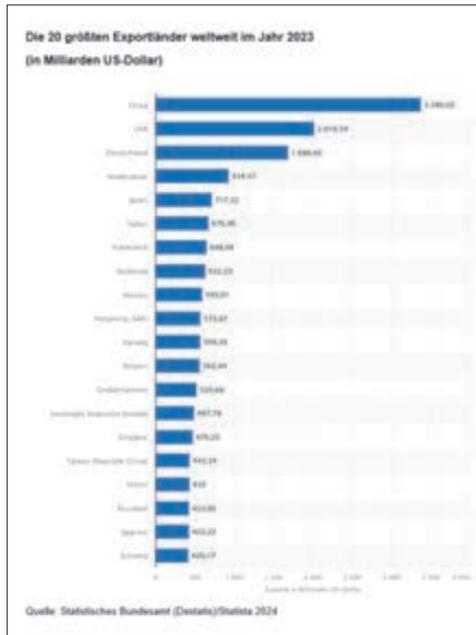
Redaktion: Hans-Rolf Goebel, Anika Tilemann, Christian Koch, Wolfgang Ibel, Rainer Claaßen

Layout: Armin Lehmler

Anzeigen: rz-Media GmbH, 56072 Koblenz

Geschäftsführer: Evangelos Botinos (V.i.S.d.P.)

Druck: Industriedienstleistungsgesellschaft mbH, 56072 Koblenz



Die deutsche Wirtschaft ist stark exportorientiert und damit auch anfällig, wenn Exporte erschwert werden oder Märkte wegbrechen. Annähernd jeder vierte Arbeitsplatz hängt vom Export ab. Gleichzeitig ist Deutschland als rohstoffarmes Land ebenso auf Importe angewiesen, insbesondere im Energiebereich. Als Exportnation ist Deutschland besonders stark in den Welthandel eingebunden und ist stärker als viele andere Länder auf funktionierende Handelsregeln und offene Märkte angewiesen.

Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis)/Statista 2024

Import und Export

Aufgrund deutlich gesunkener Importe aus der Volksrepublik China belegte der langjährige wichtigste Handelspartner Deutschlands im 1. Quartal 2024 nur noch Rang 2 in der Liste der bedeutendsten Partnerstaaten im deutschen Außenhandel. Der Wert der aus Deutschland nach China exportierten Waren sank gegenüber dem Vorjahresquartal um 1,1 Prozent auf 24,0 Milliarden Euro, während die Importe aus China um 11,7 Prozent auf 36,0 Milliarden Euro zurückgingen. Das Außenhandelsvolumen (Summe der Exporte und Importe) mit China in Höhe von 60,0 Milliarden Euro war damit geringer als das Handelsvolumen mit den Vereinigten Staaten in Höhe von 63,2 Milliarden Euro. Im 1. Quartal 2023 und im Gesamtjahr 2023 hatte der Wert der mit China gehandelten Waren noch knapp über dem Volumen des Außenhandels mit den Vereinigten Staaten gelegen.

Insgesamt wurden im 1. Quartal 2024 Waren im Wert von 331,2 Milliarden Euro nach Deutschland importiert. Dabei war China mit einem Anteil von 10,9 Prozent an allen Importen nach wie vor der mit Abstand wichtigste Warenlieferant, gefolgt von den Niederlanden mit 7,6 Prozent und den Vereinigten Staaten mit 7,0 Prozent. Im 1. Quartal 2023 hatte Chinas Anteil an den Gesamtimporten noch bei 11,4 Prozent gelegen.

Trotz der Rückgänge bei den wichtigsten Importgütern wurden auch im 1. Quartal 2024 viele Produkte des täglichen Lebens, aber auch Waren für die Energiewende, aus China importiert. So kamen wertmäßig zum Beispiel 85,4 Prozent der nach Deutschland importierten Photovoltaikanlagen, 86,3 Prozent der tragbaren Computer, 60,5 Prozent der Smartphones sowie 45,4 Prozent der Lithium-Ionen-Akkus aus China. Außerdem 25,9 Prozent der nach Deutschland importierten Elektroautos.

Von Deutschland nach China exportiert wurden im 1. Quartal 2024 hauptsächlich Kraftwagen und Kraftwagenteile im Wert von 5,9 Milliarden Euro. Damit gingen diese Exporte gegenüber dem 1. Quartal 2023 um 6,8 Prozent zurück. Auf den Plätzen 2 und 3 der wichtigsten Exportgüter folgten Maschinen für 4,8 Milliarden Euro (-1,4 Prozent) und Datenverarbeitungsgeräte, elektrische und optische Erzeugnisse für 3,3 Milliarden Euro (+3,7 Prozent).

Im 1. Quartal 2024 überstieg der Wert der Importe aus China den Wert der Exporte nach China um 12 Milliarden Euro. Im Vorjahresquartal 2023 hatte der Importüberschuss im Handel mit China bei 16,5 Milliarden Euro gelegen.

Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis)



Der Transport per Schiff und mit Containern ist eine der effizientesten Methoden, um Waren an ihren Bestimmungsort zu bringen. Steigende Risiken in den Lieferketten durch havarierte Schiffe, beispielsweise im Suezkanal, oder kriegerische Bedrohungen der Seewege wie durch die Huthi-Milizen machen ein Nachdenken über eine Diversifizierung der Handelswege für mehr Lieferkettenresilienz notwendig.

Foto: Evgeniia/stock.adobe.com

deshalb mit chinesischen Überkapazitäten zu Dumpingpreisen förmlich überschwemmt.“ Gegen diese Dumpingpreise kann man

sischer Hersteller ist derzeit anhängig. „Klagen sind für uns mit einem enormen Aufwand verbunden“, sagt Biele. „Man muss die Importzahlen der Dumpingpreisprodukte nachweisen, den Grad der Schädigung, die Kausalität. Diese Ungenauigkeit der

es für überfällig, dass die EU handelsrechtliche Maßnahmen gegen unfairen Wettbewerb erheblich schneller ergreift.

Die Sanktionen gegen Russland hält Biele für richtig. „Bereits an Tag zwei des Überfalls auf die Ukraine haben wir alle unsere Exporte nach Russland gestoppt. Das hat uns deutliche Umsatzverluste gebracht, aber das war zweitrangig. Für unsere Kunden tat es uns leid, aber wenn eine Staatsführung beschließt, einen Krieg gegen einen Nachbarn zu führen, muss man Konsequenz zeigen.“ Auch Schmucker hält die Sanktionen gegen Russland für alternativlos. „Das trifft auch unsere hei-

mische Wirtschaft, aber das ist ein Preis, den wir zahlen müssen. Die unvermeidbare politische Entscheidung übertrumpft wirtschaftliche Interessen.“

2022 betrug das deutsch-russische Handelsvolumen noch 12,6 Milliarden Euro. Deutschland war das zweitwichtigste Importland für Russland. Da Europa und die USA für Russland als Absatzmarkt inzwischen fast komplett wegfallen, blickt das Land verstärkt nach Osten. „Wir erleben eine starke Verschiebung der geopolitischen Realitäten. China ist für Russland überlebenswichtig geworden“, sagt Schmucker. 2023 erreichten beide Nationen ein Handelsvolu-

men von 240 Milliarden US-Dollar.

Russland sei immer noch nicht stark genug isoliert, so Schmucker. Zahlreiche Schwellenländer springen ein und profitieren von einem spontanen Ausbau der Handelsbeziehungen. So kaufen beispielsweise Indien und Brasilien in verstärktem Maße Düngemittel für die heimische Landwirtschaft in Russland ein, vor allem aber Öl und Dieselmotoren. Seit die EU in Folge des Krieges ein Öl-embargo gegen Russland verhängt hat, gehen rund 90 Prozent der russischen Ölexporte in diese beiden asiatischen Länder. 50 Prozent nimmt China ab, 40 Prozent Indien.

„Die Stimmung in der deutschen Wirtschaft ist nicht zuletzt deshalb eingetrübt, weil neben dem eigentlichen Geschäft ein enormer, ständig wachsender Aufwand für Außenbürokratie und für Berichtspflichten betrieben werden muss.“

Karina Szwede, stellvertretende Hauptgeschäftsführerin der IHK Koblenz

sich oft nur mit einer Klage bei der EU-Kommission wehren. Eine solche Klage der europäischen Weißblechindustrie gegen das unfaire Geschäftsgebaren chine-

EU entspricht nicht der Geschwindigkeit, mit der andere Regionen auf der Welt damit umgehen und entscheiden. Die EU hat zwar Biss, aber es dauert.“ Er hält

Zur Person

Dr. Claudia Schmucker leitet das Zentrum für Geopolitik, Geoökonomie und Technologie der Deutschen Gesellschaft für Auswärtige Politik (DGAP) seit Herbst 2020. Von 2002 bis 2020 war sie Leiterin des Programms Globalisierung und Weltwirtschaft.

Sie studierte an der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn, am Elmira College, New York und an der Yale Universität und hat einen Magister (M.A.) in Nordamerikastudien sowie einen Doktor der Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin.

Claudia Schmucker forscht und publiziert zu europäischer und transatlantischer Handelspolitik, der Welthandelsorganisation (WTO) und der Doha-Runde sowie zur Rolle von informellen Foren wie G7 und G20.

Foto: DGAP



Dr. Peter Biele ist seit 2016 CEO und Leiter des Vertriebsressorts der Thyssenkrupp Rasselstein GmbH. Das Unternehmen gehört zu den weltweit führenden Anbietern von hochwertigem, präzisionsgefertigtem Verpackungsstahl. Peter Biele ist Diplom-Ingenieur für Metallurgie und Werkstoffkunde. 1994 promovierte er an der RWTH Aachen. Er begann seine Karriere in der Stahlindustrie als Leiter Forschung und Entwicklung bei der Krupp Hoesch Stahl AG. 2010 wechselte Biele zur Thyssenkrupp Electrical Steel GmbH, wo er zunächst zum COO und 2011 zum CEO ernannt wurde. 2011 wurde er außerdem Mitglied des Vorstands der Eisen- und Hüttenwerke AG. Seit 2016 ist Biele in der Verpackungsindustrie tätig und wechselte als CEO und Leiter des Vertriebsressorts zur Thyssenkrupp Rasselstein GmbH.

Foto: Thyssenkrupp Rasselstein

Karina Szwede wurde nach dem Studium der Rechtswissenschaften an der Universität Mannheim Leiterin der Rechtsabteilung der Auslandschambers Polen (1998 bis 2002) und übernahm dort später die Stellvertretung der Geschäftsführung. Von 2003 bis 2006 leitete sie das Referat Personalcontrolling bei der DIHK in Berlin. Im Anschluss daran war sie bis 2010 bei der Auslandschambers Slowakei als stellvertretende Geschäftsführerin tätig. 2010 wechselte sie zur IHK Koblenz, seit 2019 ist sie stellvertretende Hauptgeschäftsführerin. Ab 1. Juli 2024 wird Karina Szwede als Hauptgeschäftsführerin gemeinsam mit Lisa Haus an der Spitze der IHK für Rheinhesen in Mainz stehen.

Foto: IHK Koblenz



Seit 100 Jahren unter einem guten Stern



CHEFSACHE
Evangelos Botinos

Chefsache: Das Neuwieder Familienunternehmen KBM Motorfahrzeuge GmbH & Co. KG stellt sich mit Zuversicht und Unternehmensegeist den Herausforderungen in der Automobilwirtschaft.

Von Anika Tilemann

Karl Breisig gründete 1924 in Andernach seinen Kraftfahrzeugbetrieb „Karl Breisig Motorfahrzeuge“. Schon früh ging er dabei eine Partnerschaft mit der damaligen Daimler Benz AG ein. Eine erfolgversprechende Kooperation, wie sich bald herausstellte. Der Handel mit Kraftfahrzeugen der Marke Daimler prosperierte in den Gründerjahren der Bundesrepublik. Bereits in den 1970er Jahren wuchs das Unternehmen auf mehr als 200 Mitarbeitende, Niederlassungen in Mayen, Sinzig und Neuwied waren entstanden. Im Jahr 1992 verlagerte KBM auch seinen Hauptsitz nach Neuwied, von wo aus noch heute die Geschichte geleitet werden.

Mittlerweile beschäftigt die KBM-Gruppe mehr als 900 Mitarbeitende an insgesamt 13 Standorten, verkauft über 8000 Fahrzeuge im Jahr und gehört mit einem Umsatz von rund 600 Millionen Euro zu den größten deutschen Mercedes-Vertritten. Dabei wird das Familienunternehmen in dritter Generation erfolgreich von Christoph Jolas geführt, der das Geschäft von seinem Vater übernahm. Im Gespräch mit rz-Media Geschäftsführer Evangelos Botinos und WIRTSCHAFT-Redakteurin Anika Tilemann spricht er über die Herausforderungen und Potenziale der Automobilwirtschaft in der aktuell angespannten wirtschaftlichen Lage.

E. Botinos: Herr Jolas, zunächst gratulieren wir Ihnen herzlich zum Jubiläum Ihres Unternehmens. In 100 Jahren ist viel passiert. Ein

Weltkrieg, das Wirtschaftswunder, die Wiedervereinigung, eine Pandemie. KBM ist mit allen Herausforderungen gewachsen und steht heute konstant und krisenfest da. Was ist der Hauptgrund für den Unternehmenserfolg?

C. Jolas: Vielen Dank. Der Erfolg unseres Unternehmens beruht sicherlich in erster Linie auf den Fahrzeugen, die wir anbieten. Mercedes steht schon immer für große deutsche Ingenieurskunst, Eleganz und Zuverlässigkeit. Unsere Kunden bleiben oft ein Leben lang der Marke und auch der KBM treu. Das wiederum liegt gewiss an dem großartigen Service, den unsere Mitarbeiter tagtäglich bieten. Ob im Verkauf oder in der Werkstatt, jeder ist bestrebt, dem Kunden das bestmögliche Erlebnis zu bieten.

A. Tilemann: Sie sind in Rheinland-Pfalz und in Hessen mit neun Standorten vertreten. Hinzu kommt die Mercedes-Niederlassung in Wiesbaden mit vier weiteren Standorten, die Sie im Jahr 2015 erworben haben. Kundennähe ist also garantiert. Wie beurteilen Sie den Stellenwert der Niederlassungen vor Ort im Hinblick auf den zunehmenden Onlinehandel im Kfz-Bereich?

C. Jolas: Es mag überraschen, aber die digitale Transformation hat bei uns dazu geführt, dass der persönliche Kontakt wichtiger denn je geworden ist. Unsere Kunden suchen ganz eindeutig die Beratung vor Ort. Die Konfiguration eines Fahrzeugs ist Vertrauenssache, die Finanzierung eines solchen erst recht. Die allermeisten Kunden wünschen hier eine enge Betreuung. Wir heben uns damit vom unpersönlichen Onlinehandel ab. Hinzu kommt, dass gewisse Serviceleistungen im Zusammenhang mit dem Autokauf wie die Zulassung oder auch die Inzahlungnahme eines Altfahrzeugs online aktuell gar nicht abzuwickeln sind. Wenn überhaupt, ist der Onlinehandel im Gebrauchtwagenmarkt eine Konkurrenz. Aber auch hier setzen die meisten Kunden klar auf die Kompetenz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor Ort.

E. Botinos: Die Anforderungen an die Arbeitsplätze in der Automobilbranche verändern sich kontinuierlich, nicht zuletzt durch die zunehmende Elektromobilität, sowohl im Verkauf als auch im Werkstattbetrieb. Wie werden die Mitarbeiter bei KBM weiterentwickelt und geschult?

C. Jolas: Tatsächlich hat sich in den vergangenen Jahren viel verändert. Bestehende Berufe entwickeln sich weiter, neue Berufsbilder entstehen. Wir beschäftigen beispielsweise nun auch Produktexperten, die ausschließlich die Mobile Devices und Digital-



Der KBM-Standort in Neuwied ist seit 1992 Hauptsitz der Firmengruppe.

Foto: Rainer Ctaßen

pakete der Fahrzeuge erklären. Unsere Monteure werden selbstverständlich fortlaufend geschult. Hier steht auch der Sicherheitsaspekt im Vordergrund. Die Arbeit an einem Elektrofahrzeug etwa ist durch den Umgang mit Starkstrom nicht zu unterschätzen. Entsprechende Schutzkleidung gehört somit ebenfalls dazu. Wir bieten attraktive Arbeitsplätze für Fachkräfte und Auszubildende. Im Gegenzug bleiben viele Mitarbeiter dem Unternehmen dauerhaft treu, mittlerweile sogar über Generationen hinweg. In der KBM-Gruppe bilden wir über 100 Auszubildende aus. Viele von ihnen binden wir nachhaltig über interessante Karriere- und Weiterbildungsmöglichkeiten.

A. Tilemann: Die Elektromobilität hat die deutsche Autoindustrie in den vergangenen Jahren erheblich geprägt. Auch die Mercedes-Flotte hat sich dementsprechend angepasst. Die meisten Modelle sind mittlerweile vollelektrisch oder hybrid erhältlich. Wie beurteilen Sie die Begegnung KBM der wachsenden außereuropäischen Konkurrenz im Bereich der E-Mobilität?

C. Jolas: Hier gilt es zu unterscheiden. Der Markt für Gebrauchtwagen ist weiterhin stark von klassischen Antrieben dominiert. Das liegt zum einen an der hohen Exportquote ins Ausland, größtenteils in Länder, die über keine ausgeprägte Ladeinfrastruktur verfügen. Das liegt

zum anderen aber auch daran, dass Erfahrungswerte über die Langlebigkeit von Akkus beziehungsweise Elektromotoren fehlen. Die Garantie für eine Batterie wird in der Regel für acht Jahre gegeben. Viele Gebrauchtwagenkunden vertrauen daher auf die Verlässlichkeit klassischer Motoren.

Im Neuwagensegment hingegen ist das Interesse an Elektrofahrzeugen nach wie vor gegeben. Sicher hat die Rücknahme der Förderung im Dezember 2023 durch die Bundesregierung zu einem Nachfragerückgang geführt, aber dennoch sind insbesondere elektrische Zweitwagen und auch hybride Modelle gefragt. Plug-in-Hybride haben mittlerweile eine stark verbesserte elektrische Reichweite von über 100 Kilometern. Sie eignen sich für das tägliche Pendeln zur Arbeit mit elektrischem Antrieb. Hybride sind aber dank des Verbrennermotors ebenfalls in der Lage, lange Fahrten in den Urlaub zu leisten. Wer eine eigene PV-Anlage auf dem Dach hat und über eine eigene Wallbox verfügt, profitiert aktuell sicher am meisten von einem elektrifizierten Fahrzeug.

E. Botinos: Elektromobilität gilt als ein Baustein auf dem Weg zur Klimaneutralität. Wie kann ihr Unternehmen positiven Einfluss darauf nehmen?

C. Jolas: Wir haben schon vor Jahren damit begonnen, unsere Standorte mit PV-Anlagen aus-

zurüsten, um sie weitestgehend unabhängig von der öffentlichen Stromversorgung zu gestalten. An all unseren Standorten gibt es eine gute Ladeinfrastruktur, die wir zur Verfügung stellen. Sie tanken somit bei uns praktisch grünen Strom. Ob und in welcher Größenordnung die Elektromobilität den deutschen Automobilmarkt in den kommenden Jahren prägen wird, hängt aber von verschiedenen Faktoren ab, die wir als Händler vor Ort nicht unmittelbar beeinflussen können. Politische Vorgaben aus Brüssel und Berlin spielen dabei eine genauso große Rolle wie weltpolitische Ereignisse, die direkt Einfluss auf den Welthandel nehmen.

A. Tilemann: Langfristige Planbarkeit ist für viele Wirtschaftsunternehmen in der aktuellen Situation eine Herausforderung. Wie reagiert KBM auf die politischen, gesellschaftlichen und digitalen Umbrüche der Zeit?

C. Jolas: Spätestens seit Corona haben wir gelernt, anpassungsfähig und offen in alle Richtungen zu sein, ohne dabei die kaufmännische Sorgfaltspflicht zu vernachlässigen. Der Vorteil eines inhabergeführten Unternehmens ist zweifellos, flexibel und schnell reagieren zu können. Während der Pandemie haben wir uns bei KBM zum Beispiel schnell entschieden, keine Mitarbeiter in Kurzarbeit zu schicken, sondern alle im Rahmen der Möglichkeiten bestmöglich auszulasten. Das

war im Nachhinein genau richtig, denn wir haben die Zeit effektiv genutzt und gleichzeitig den Mitarbeitern das Vertrauen in einen sicheren Arbeitsplatz gegeben. Als regional verwurzelt Unternehmen sind wir zudem recht unabhängig vom Weltgeschehen. Unsere Kundenbeziehungen sind langfristig und dauerhaft. Wir wiederum bekennen uns klar zur Region. Nach der Flutkatastrophe im Ahrtal 2021 haben wir nicht gezögert, den Standort Bad Neuenahr-Ahrweiler für über sieben Millionen Euro wieder aufzubauen. So können wir in diesem Jahr

nicht nur einen sehr runden Geburtstag feiern, sondern auch die Wiedereröffnung des dann modernsten aller KBM-Standorte.

E. Botinos: Regionalität und Flexibilität zeichnen den Mittelstand in Rheinland-Pfalz oft aus. Wie kann es Ihrer Einschätzung nach gelingen, das Land gestärkt aus der aktuellen Rezession herauszuführen?

C. Jolas: Ich kann nur für uns sprechen, aber ich glaube, dass die Stimmung im Moment oft schlechter ist als die Lage. Wenn es uns gelingt, Menschen zu begeistern, Verantwortung zu übernehmen und gleichzeitig in die Region zu investieren, dann sind wir auf dem richtigen Weg. Wir stehen vor strukturellen Herausforderungen, denen wir mit Unternehmensegeist und Kreativität begegnen können. Das sind Eigenschaften, die unser Land immer stark gemacht haben.

Zum Unternehmen

Name: KBM Motorfahrzeuge GmbH & Co. KG

Geegründet: 1924 durch Karl Breisig als Kraftfahrzeugbetrieb in Andernach

Geschäftsführender Gesellschafter: Christoph Jolas

Sitz: Breslauer Straße 84-86, 56566 Neuwied

Kernkompetenz: Verkauf von hochwertigen Mercedes-Benz Neu- und Gebrauchtfahrzeugen inklusive der Marken Unimog, Fuso und smart; qualifizierte Beratung vor Ort und ausgezeichneter Werkstattdienst

Mitarbeiter: Mehr als 900 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Unternehmensgruppe, jährlich rund 100 Auszubildende

Weitere Informationen: kbm.de



Karl Breisig gründete seinen Kraftfahrzeugbetrieb 1924 in Andernach.

Foto: KBM Motorfahrzeuge GmbH & Co. KG



Fahrzeuginnovationen wie der eActros 600 zero-emission Sattelzug prägen den Erfolg von Mercedes-Benz.

Foto: KBM Motorfahrzeuge GmbH & Co. KG

Mercedes AMG vereint Performance und Motorsport.

Foto: KBM Motorfahrzeuge GmbH & Co. KG



Mario und Iris Inkelhofen und ihr Team ermitteln in einem persönlichen Gespräch und mithilfe modernster Messmethoden den individuellen Bedarf ihrer Kunden. Dabei führen sie die geeigneten Systeme auch schon mal selbst vor.

Foto: Kirchner Foto/Inkelhofen

Der unterschätzte Wert des guten Schlafs

Neuwied Ein Drittel seines Lebens verbringt der Mensch im Bett. Körpergerechtes Liegen ist daher wichtig und die Voraussetzung für gesunden Schlaf und Regeneration für den nächsten Tag. Die Experten vom Bettenhaus-Inkelhofen wissen das genau.

Von Gudrun Heurich

Billigmatratzen aus dem Internet und dem Fernsehen sind Trend: meist gekaufte Matratze, one fits all, sehr gut getestet... Aber kann hier one-size für alle funktionieren? Körpermaße und gewichte, Bedürfnisse und Schlafrhythmus jedes Menschen sind unterschiedlich. Erst wenn Schlafprobleme auftauchen oder das morgendliche Aufstehen durch Rückenschmerzen zur Qual wird, kommt die Erkenntnis.

„Es gibt wenige Lebensbereiche in Deutschland, denen so wenig Aufmerksamkeit geschenkt wird wie dem Schlaf“, bestätigt Mario Inkelhofen, Geschäftsführer des Bettenhaus-Inkelhofen in Neuwied. „Prophylaxe ist ein Fremdwort, erst wenn alles wehtut, und Ärzte, Physiotherapeuten und Osteopathen nicht mehr dauerhaft helfen können, wird über ein individuell angepasstes Schlafsystem nachgedacht.“ Er

verdeutlicht es an einem Beispiel: „Niemand würde sich einen Lauf- oder Wanderschuh kaufen, der nur ungefähr passt.“

Mario Inkelhofen und seine Frau Iris kümmern sich seit 30 Jahren um hochqualitative Matratzen, Betten und Zubehör für ihre Kunden. Auf 1000 Quadratmetern präsentieren sie mit ihrem Schlafberaterteam im Gewerbegebiet Neuwied die Welt des gesunden Schlafs. Hier erleben die Besucher, wie Matratze, Lattenrost, Bettdecke und Kopfkissen eine Harmonie bilden. Schlafsofas,

„Unsere größte Aufgabe besteht aktuell darin, sichtbar für die Menschen in der Region zu sein.“

Mario Inkelhofen, Geschäftsführer des Bettenhaus-Inkelhofen

Bettwäsche und Accessoires sorgen für zusätzliches heimeliges und/oder exklusives Ambiente. „Schlaf ist eine wichtige Regenerations- und Kraftquelle des Menschen und verdient eine Umgebung für Wellness und Wohlbefinden“, so Inkelhofen.

Betten und ihr Zubehör sind beratungsintensive Produkte. Daher nehmen sich die Neuwieder Bettenspezialisten viel Zeit, um für die unterschiedlichen Bedürfnisse das passende Produkt zu finden. „Die Entscheidung für ein neues Bett, ein neues Kopfkissen oder eine neue Zudecke sollte klug getroffen werden“, rät Inkelhofen. „In einem persönlichen Gespräch und mithilfe modernster Messmethoden ermitteln wir den Bedarf unserer Kunden und führen ihnen die geeigneten Systeme auch vor. Auf Wunsch fertigen wir Betten und Zubehör nach Maß an.“

Zum Thema Schlaf gebe es immer wieder neue Erkenntnisse, zum Beispiel im Bereich Ergonomie oder Mikroklima. Daher halten sich Inhaber und Mitarbeiter mit regelmäßigen Fortbildungen auf dem neuesten Stand.

„Unsere Berater müssen sensibel, emphatisch und erfahren sein und sich blitzschnell auf unterschiedliche Menschen mit deren individuellen Ansprüchen einstellen“, weiß Inkelhofen. Durch intensive Schulungen seien die langjähri-

gen Mitarbeiter zu absoluten Schlafberatungs-Profis ausgebildet worden.

Genau dies schätzen seine Kunden, sie wissen, dass sie hier gut aufgehoben sind. „Es wird auch in Zukunft weiterhin Perso-

Zur Historie



1995 gründete Mario Inkelhofen sein Bettenhaus in Neuwied. Neben den Räumlichkeiten auf einer Fläche von 1000 Quadratmetern im Innenbereich stehen auch zahlreiche Parkplätze zur Verfügung. Foto: m2d2-media/Inkelhofen

Nach seinem Studium arbeitete **Mario Inkelhofen** in verschiedenen Konzernen, auch im Ausland. Seine Wurzeln sah er aber immer in der Selbständigkeit und in der Region.

Das Thema gesunder Schlaf begeisterte ihn schon früh, so gründete er 1995

das Bettenhaus Inkelhofen mit Unterstützung eines Franchisepartners in Neuwied.

Auch seine Frau **Iris** ließ sich für die Branche begeistern. Die Diplom-Ingenieurin absolvierte eine Ausbildung zur Schlafberaterin.

2013 wurde ein Komplettumbau durchgeführt und die Räumlichkeiten auf 1000 Quadratmeter vergrößert. Top-Lieferanten wie Schramm-Werkstätten, Lattoflex, Philrouge, Schloßberg, Fischbacher, Signet, Lampe Berger, Lambert und viele andere namhafte Marken finden nun Platz.

Zum Unternehmen

Name: Bettenhaus Inkelhofen GmbH

Gegründet: 1995

Gründer und Inhaber: Mario Inkelhofen

Sitz: Neuwied, Gewerbegebiet Distelfeld

Kernkompetenz: Spezialist für Schlafkomfort und Bettwaren

Mitarbeitende: 10

Weitere Informationen: www.bettenhaus-inkelhofen.de

nen mit Rücken- und Schlafproblemen geben. Vor allem die veränderten Lebensumstände, zum Beispiel durch Homeoffice und nicht körpergerechtes Sitzen, begünstigen dies“, so der Geschäftsführer. Doch viele Menschen sei-

die Menschen in der Region zu sein.“

Mario Inkelhofen setzt auf Qualität, mit der er sich deutlich von der Massenware abheben kann. „Wir haben inzwischen die Besten der Besten in allen Preislagen in unserem Haus versammelt. Auf diese einzigartige Sortimentszusammenstellung bin ich besonders stolz!“ Bevorzugt arbeitet das Bettenhaus mit Herstellern aus Deutschland zusammen, zum einen aus Gründen der Nachhaltigkeit, zum anderen, weil Entwickler und Ingenieure hierzulande einzigartige Produkte für den Schlafkomfort entwickelt haben.

Um die Qualitäts- und Preisfragen für die Kunden im Auge zu behalten, wurde 2014 eine eigene Daunenumanufaktur eingerichtet. In Zusammenarbeit mit dem Ge-

en verunsichert, da sie die unterschiedlichen Informationen aus dem Internet nicht mehr einordnen können. Auch für ihn als Mittelständler sei die starke Präsenz der Internetanbieter herausfordernd. „Unsere größte Aufgabe besteht aktuell darin, sichtbar für

„Es gibt wenige Lebensbereiche in Deutschland, denen so wenig Aufmerksamkeit geschenkt wird, wie dem Schlaf.“

Mario Inkelhofen, Geschäftsführer des Bettenhaus-Inkelhofen

Tipps für guten Schlaf

Eine angenehme Schlafumgebung schaffen

- Der Wohlfühlfaktor im Schlafzimmer spielt eine große Rolle. Ein auf den eigenen Körper abgestimmtes Bett und eine passende Matratze sorgen für eine angenehme Liegeposition. Die Schlaftemperatur sollte bei circa 18 Grad liegen.

Licht aus

- Helles Licht schüttet Serotonin aus und unterdrückt das für den Schlaf wichtige Melatonin.
- Rollläden, Vorhänge oder eine Schlafmaske können helfen, wenn Licht in das Schlafzimmer eindringt oder frühmorgens die Sonnenstrahlen einfallen.
- Das Checken der E-Mails vor dem Einschlafen ist nicht förderlich. Der

hohe Blaulichtanteil der Smartphone- oder Laptop-Displays bremst die Produktion von Melatonin im Gehirn. Daher besser das Handy ausschalten oder auf „Nachtmodus“ stellen.

Zur Ruhe kommen

- Lärm, der ins Schlafzimmer dringt, stört die Ruhe. Deshalb Fenster schließen oder Oropax nutzen, um den Geräuschpegel zu reduzieren.
- Auch Sport vor dem Schlafengehen oder aufregende Filme können kontraproduktiv sein. Sie erhöhen den Puls und verhindern, dass man zur Ruhe kommt. Das Lesen eines Buchs ist besser geeignet. Auch regelmäßige Einschlafrituale bringen den Körper in den Schlafmodus. Das können Meditation,

Beruhigungstee oder auch regelmäßige Schlafenszeiten sein.

Bewegung an der frischen Luft

- Ein Spaziergang am Abend macht müde und unterstützt das Einschlafen.

Kein Alkohol, Koffein oder schweres Essen

- Ein gelegentliches Glas Wein am Abend kann das Einschlafen fördern. Doch zu viel Alkohol verhindert das Durchschlafen, erhöht die Schweißproduktion und regt den Durst an.
- Koffein putscht auf und nach schwerem Essen befindet sich der Körper im Verdauungsprozess. Beides hemmt das Einschlafen.



Für ein gutes Schlafgefühl bilden Matratze, Lattenrost, Bettdecke und Kopfkissen eine Harmonie. Denn Schlaf ist eine wichtige Regenerationsquelle und verdient eine Umgebung für Wellness und Wohlbefinden.

Foto: RZ/Inkelhofen

flügelhof Weber aus dem Erzgebirge und dem Daunerveredeler Treude und Metz aus Bad Laasphe werden hier Daunendecken und -kissen in sehr guter Qualität in der eigenen Manufaktur und ohne Zwischenhandel zu günstigen Preisen gefertigt. Zusätzlich bietet das Bettenhaus Serviceleistungen rund um die Schlafprodukte an: So können beispielsweise Decken und Kissen in großen Industriewaschmaschinen gereinigt und wieder aufbereitet werden.

Die Auswahl des Angebots und der Service zeigen, dass die Inhaber und Mitarbeitenden des Bettenhauses für ihre Leidenschaft leben. Mario Inkelhofen fasst die Philosophie seines Unternehmens zusammen: „Die Erfahrung, das Wachsen mit den Kunden und Lieferanten, die Beobachtung der Entwicklungen, das Interesse an Design, Ergonomie, gesundem Schlaf, Interior und der Glaube an die zahlreichen Möglichkeiten, machen uns zu dem, was wir sind.“

ANZEIGE

Familienunternehmen und Nachfolgeregelung

Einzelunternehmen haben in der Nachfolgeplanung bereits deshalb eine erhebliche Bedeutung, da über die Hälfte der Unternehmen in Deutschland diese Rechtsform aufweisen. Vertreten sind hier sowohl Kaufleute, die dem Handelsgesetzbuch unterliegen, als auch z.B. Freiberufler.

Neben haftungsrechtlichen Folgen sind vor allem steuerliche Überlegungen bei der Nachfolge in ein Einzelunternehmen zu bedenken. Diese hängen insbesondere von der jeweiligen Nachfolgekonstellation ab und können erhebliche Unterschiede aufweisen.

In der Praxis wird die Nachfolge in ein Einzelunternehmen überwiegend innerhalb der Familie gestaltet, da das Unternehmen maßgeblich vom Übergeber geprägt wurde und oftmals der Familiencharakter erhalten bleiben soll.

Schwierigkeiten treten immer dann auf, wenn die Nachfolgeplanung nicht rechtzeitig angegangen wurde und der Übergang von Todes wegen erfolgt. Insofern bietet die lebzeitige Übertragung viele Vorteile.

Die Möglichkeit zur lebzeitigen Übertragung des Einzelunternehmens in seiner Gesamtheit mit sämtlichen Aktiva und Passiva wird in § 22 Abs. 1 HGB vorausgesetzt und ist grundsätzlich unproblematisch möglich. Vorteilhaft erweist sich regelmäßig, wenn der Übergeber die Übertragung selbst vornehmen und begleiten kann. Überdies können dem Übergeber durch entsprechende Gestaltungen Möglichkeiten eingeräumt werden, auch auf die unternehmerische Entwicklung nach Übertragung Einfluss zu nehmen.

Schwierigkeiten bereitet oftmals die Verflechtung zwischen Unternehmens- und Privatvermögen, die eine rechtzeitige steuerliche Gestaltung erforderlich machen kann. Gelingt dies nicht, kommt es zu einer steuerpflichtigen Entnahme, d.h. zur Aufdeckung von stillen Reserven im Unternehmen und deren Versteuerung.

Dies kann zu erheblichen finanziellen Belastungen führen, da dem Übergeber bei Übergabe innerhalb der Familie häufig kein Kaufpreis zufließt. Insofern ist die Liquiditätsplanung hier genauso wichtig, wie die anschließende laufende Bestreitung des Unterhalts des Übergebers. Diese könnte z.B. durch eine weitere Beteiligung am Gewinn des Einzelunternehmens abgesichert werden.

Eine solche Beteiligung kann durch unterschiedliche Optionen erreicht werden, so z.B. durch die Vereinbarung eines Ertragsnießbrauchs, die Gründung einer stillen Gesellschaft oder die Vereinbarung einer Leibrente. Da hier der Erfolg des Einzelunternehmens wesentlich ist, kann sich der Übergeber teilweise einen gewissen unternehmerischen Einfluss sichern. Allerdings steigt hierdurch das Konfliktpotential mit dem Nachfolger mitunter erheblich.

Bei Vereinbarung eines **Ertragsnießbrauchs** am Einzelunternehmen behält sich der Übergeber den Ertrag in Form des Gewinns vor. Damit der Nachfolger nicht den gesamten Gewinn an den Übergeber abführen muss, wird regelmäßig ein sogenannter Quotennießbrauch vereinbart, sodass nur ein bestimmter Teil des Gewinns abzuführen ist. Dieser sollte so bemessen werden, dass dem Nachfolger ein ausreichender wirtschaftlicher Spielraum verbleibt.

Die Gründung einer **stillen Gesellschaft** stellt einen Vertrag zwischen dem Nachfolger und dem Übergeber dar. Dies ist jedoch nur möglich, wenn das Einzelunternehmen im Handelsregister eingetragen ist. Bei der stillen Gesellschaft handelt es sich um eine Innengesellschaft, sodass nur der Inhaber des Einzelunternehmens nach außen auftritt. Der Übergeber trägt jedoch das Risiko der erfolgreichen Fortführung des Unternehmens,



Dr. Steffen Wassermeyer

(Dipl. Kaufmann und Steuerberater) ist Partner der Hilger, Neumann & Partner Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft (HNP) mit Sitz in Andernach/Bonn/Koblenz, ausgezeichnet als „Top Steuerberatungskanzlei des Jahres 2023“ (Focus-Money 24/2023) Foto: HNP



da er an den Gewinnen des Einzelunternehmens beteiligt ist, die zunächst erwirtschaftet werden müssen. Die Geschäftsführung steht dem Inhaber des Einzelunternehmens zu, jedoch können bestimmte Zustimmungsvorbehalte vereinbart werden. Diese haben jedoch nur Wirkung für das Innenverhältnis.

Wird eine Übergabe des Einzelunternehmens gegen Zahlung einer

Leibrente vereinbart, so erhält der Übergeber wiederkehrende Zahlungen für eine bestimmte Zeit. Diese Zahlungen sind unabhängig vom Erfolg des Unternehmens zu leisten. Einflussmöglichkeiten auf die Unternehmensführung sind regelmäßig nicht vorgesehen. Der Übergeber gibt das Unternehmen aus der Hand, trägt aber das Insolvenzrisiko des Nachfolgers.

Es kann sich auch anbieten, mit dem Nachfolger eine neue Gesellschaft zu gründen, an der weitere Familienmitglieder beteiligt werden.

Jede Nachfolgegestaltung, die eine Übertragung des Einzelunternehmens auf einen Nachfolger innerhalb der Familie vorsieht, sollte so gestaltet werden, dass sie von der ganzen Familie getragen wird. Dies dient der Aufrechterhaltung des Friedens in der Familie und schützt auch vor der Geltendmachung erbrechtlicher Ansprüche nach dem Tod des Übergebers, die eventuell die gesamte Nachfolgegestaltung gefährden würden. Insofern sind auch zwingend Ausgleichspflichten des Übernehmers gegenüber anderen Erbberechtigten zu berücksichtigen. Gelingt der Konsens in der Familie, sollte schließlich auf die Geltendmachung von Pflichtteilsansprüchen verzichtet werden.

Vorsorge- und Betreuungsvollmachten sind weitere wesentliche Elemente einer erfolgreichen Nachfolgegestaltung. Ist der Einzelunternehmer zu Lebzeiten nicht mehr zur Fortführung des Einzelunternehmens in der Lage, muss die Handlungsfähigkeit des Einzelunternehmens weiter gewährleistet sein. Dies beinhaltet insbesondere auch Kontenvollmachten, damit z.B. Löhne oder Steuerzahlungen rechtzeitig geleistet werden können. Diese

Vollmachten sollten auch über den Tod des Übergebers hinaus gelten. Besondere Bedeutung hat die frühzeitige Nachfolgeplanung auch für Freiberufler. Hier ist zunächst darauf zu achten, dass der Nachfolger die notwendige Qualifikation hat. Ist dies der Fall, sollte rechtzeitig der Nachfolger aufgebaut werden, da das über Jahre aufgebaute Vertrauensverhältnis von essentieller Bedeutung ist und der Kundenstamm regelmäßig den wertbildenden Faktor darstellt.

Regelmäßig werden bei der Nachfolgeplanung Rechtsanwälte und Steuerberater eingebunden. Damit diese eine verlässliche Ausgangsbasis haben, sollte der Unternehmer eine Vermögensübersicht anfertigen, die alle wesentlichen Vermögensgegenstände und deren Verkehrswert enthält. Hinzu kommt eine Darstellung der Familienverhältnisse und bei Eheleuten Informationen über Güterstandsvereinbarungen.

Zusammenfassung:

Die rechtzeitige Befassung mit der Nachfolgeplanung ist ein wesentlicher Faktor, um ein Unternehmen sicher auf die nächste Generation zu übertragen.

Dem Übergeber stehen verschiedene Instrumentarien zur Verfügung, die auf die persönliche Situation angepasst werden sollten. Diese Anpassung erfordert eine Einbindung der gesamten Familie, um den Familienfrieden dauerhaft zu erhalten.

Zur Sicherung des Unternehmens sollten Vollmachten in der Nachfolgeplanung nicht fehlen.

Rhein-Mosel Marketing-Award 2024

Zum 10. Mal prämiert der **Marketing-Club Rhein-Mosel e.V.** zukunftsweisende Marketingkonzepte, kreative Ideen und innovative Kampagnen aus der Region. Bewerber konnten Kon-

zepte einreichen, die mit ganzheitlichen Marketingstrategien oder auch spezifischen Produkt- oder Markenführungsstrategien Kunden nachhaltig begeistern. Über einen Zeitraum von 24 Monaten hatten Unternehmen und Initiativen ihre Marketingaktivitäten dokumentiert, Konzepte beschrieben und Fotos oder Videos eingereicht. Die fünf unterschiedlichen Kategorien Crossmediale Kampagnen, Online Marketing, Social Media, Bewegtbild und Employer Branding spiegeln den zeitgemäßen Marketingansatz des Awards wider. Eine qualifizierte sechsköpfige Jury



Grafik: mcrn

Hochschule Koblenz unterstützt Gründungsinteressierte

Sechs Teams nimmt das **StartUpLab-Projekt der Hochschule Koblenz** in diesem Semester in das Förderprogramm **Kick-Start@HSKO** auf. Das sind doppelt so viele wie im vergangenen Wintersemester. Die ausgewählten Projektteams erhalten innerhalb des sechsmonatigen Förderzeitraums eine finanzielle Unterstützung von jeweils bis zu 7500 Euro. Mit der Finanz-

spritze haben gründungsinteressierte Hochschulangehörige die Möglichkeit, ihre innovativen Ideen im Rahmen der Prototypentwicklung weiterzuentwickeln und zur Marktreife zu führen. Individuelle Coachings durch das StartUpLab-Team und der Zugang zu den neu geschaffenen Kreativ- und Makerspaces an den Standorten Koblenz und Remagen runden die Förderung ab. Das Projekt der Hochschule Koblenz wird durch das **Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)** gefördert.

Beim Kick-off-Meeting lernten sich im Mai die Projektteams kennen. **Raphael Dupiery**, Leiter des Grün-

dungsbüros und Gesamtprojektleiter des StartUpLab-Projektes hebt hervor, dass die Gründungsinteressierten mit ihrer Kreativität und dem Mut zum Querdenken abseits traditioneller Muster unkonventionelle Lösungsansätze für komplexe Probleme finden und helfen, das Leben der Menschen zu verbessern. Interessierte Studierende und Angehörige der Hochschule Koblenz können sich für die nächste Runde des Förderprogramms **Kick-Start@HSKO** bis zum 31. August 2024 bewerben.

Weitere Informationen:
www.hs-koblenz.de/kickstartshsko



Foto: Hochschule Koblenz

Die zehn größten Unternehmen in Rheinland-Pfalz

Foto: Robert/stock.adobe.com



Rheinland-Pfalz hat neben Weinbau, wunderschöner Natur und historischen Kulturstätten auch eine starke Wirtschaft zu bieten. Dazu zählen beispielsweise einige der größten Unternehmen Deutschlands, und sogar das weltgrößte Chemieunternehmen hat hier seinen Hauptsitz. Die zehn größten rheinland-pfälzischen Industrieunternehmen nach der Anzahl der Mitarbeitenden mit Hauptsitz in Rheinland-Pfalz sind:

BASF SE, Ludwigshafen am Rhein, Chemieindustrie (111 991 Mitarbeitende weltweit, 68,9 Milliarden Euro Umsatz), **C. H. Boehringer Sohn AG & Co. KG** (Boehringer Ingelheim), Ingelheim am Rhein, Pharmaindustrie (53 565 Mitarbeitende weltweit, 25,6 Milliarden Euro Umsatz), **Hornbach Baumarkt AG**, Bornheim, Einzelhandel (20 582 Mitarbeitende weltweit/europaweit,

6,26 Milliarden Euro Umsatz), **Schott AG**, Mainz, Glasproduktion (17 050 Mitarbeitende weltweit, 2,9 Milliarden Euro Umsatz), **KSB SE & Co. KGaA**, Frankenthal, Pumpen und Armaturen (16 038 Mitarbeitende weltweit, 2,82 Milliarden Euro Umsatz), **United Internet AG**, Montabaur, Internet, Telekommunikation (10 962 Mitarbeitende, 6,21 Milliarden Euro Umsatz), **Wirtgen Group**, Windhagen, Maschinenbau (rund 9000 Mitarbeitende, 3 Milliarden Euro Umsatz), **Schütz Werke**, Selters, Verpackungssysteme (5863 Mitarbeitende, 2,5 Milliarden Euro Umsatz), **Biontech SE**, Mainz, Biotechnologie (4530 Mitarbeitende, 17,31 Milliarden Euro Umsatz), **Wassgau AG**, Pirmasens, Lebensmittelhandel (3742 Mitarbeitende, 583,5 Millionen Euro Umsatz),

Quelle: www.bw24.de

aus Wirtschaft und Wissenschaft (Marketing und Hochschule) bewertet und prämiert die eingereichten Motive, Kampagnen, Aktionen, Spots und Projekte. Urkunde und Auszeichnung werden am 6. September im Rahmen eines Sommerfests im Eventwerk in Urmitz übergeben.

Mathias Wollweber, Präsident des Marketing Club Rhein-Mosel erklärt: „Wir sehen uns als Stellvertreter der Marketing Community der Region und rücken als einzige Organisation ihre Marketingaktivitäten in den Fokus.“ Seit 2000 ist der Rhein-Mosel Marketing-Award eine Auszeichnung mit hoher Reputation in der Region. Mit medialer Reichweite und Präsentation vor Fachpublikum bietet er eine ideale Gelegenheit, die Marketingkompetenz und Attraktivität eigener Produkte und Leistungen in einem qualifizierten Umfeld zu präsentieren. Viele Benefits gehen mit der Auszeichnung einher. Beispielsweise können die amtierenden Preisträger in den nächsten 24 Monaten mit der Auszeichnung werben.

Weitere Informationen:
www.mcrn.de

Innovationsfonds Rheinland-Pfalz III mit verbesserten Konditionen

Das **Wirtschaftsministerium Rheinland-Pfalz** und die **Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (ISB)** haben mit dem **Innovationsfonds Rheinland-Pfalz III** einen neuen 50 Millionen Euro starken Wagniskapitalfonds für technologieorientierte Gründungsunternehmen aufgelegt. Die Höchstgrenze für Beteiligungen wurde auf zwei Millionen Euro verdoppelt. Wirtschaftsministerin **Daniela Schmitt** betonte, dass mit dem Innovations-



Foto: MWLVW-RLP / Jan Hosan

fonds innovative Start-ups auch weiterhin finanzielle Unterstützung erhalten werden und damit der Gründungsstandort Rheinland-Pfalz gestärkt werde. Der neu aufgelegte Wagniskapitalfonds stellt technologieorientierten Gründungsunternehmen in einer frühen Phase der Unternehmensentwicklung offene und stille Beteiligungen zur Verfügung. Unterstützt werden die Entwicklung und Markteinführung innovativer oder technologieorientierter Produkte, Verfahren oder Dienstleistungen. Finanziert wird der Fonds mit 30 Millionen Euro Landesmitteln und 20 Millionen Euro aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE). Der Förderzeitraum läuft bis Ende 2029.

Weitere Informationen:
www.isb.rlp.de/foerderung/300.html
www.mwlvw.rlp.de

Foto: Art Vision Creatives/stock.adobe.com



Fußballfieber auch in Rheinland-Pfalz

Foto: GDKE, E. Kulbe



Zur **Fußball-Europameisterschaft** kommen nicht nur in den Stadien Fußballfans zusammen. Auch in der Region wird – neben Public Viewing – einiges für Interessierte geboten. So wie die interaktive Familienausstellung **„Fußballfieber – Fußballgeschichte(n) aus Rheinland-Pfalz“**. Vom 17.05. – 03.11.2024 zeigt sie im Kulturzentrum Festung Ehrenbreitstein in Koblenz rheinland-pfälzische Fußballgeschichte.

In einem Erlebnisrundgang können Besucher 75 Jahre Fußball in Rheinland-Pfalz erleben – Gänsehautmomente, persönliche Anekdoten und Kuriositäten inbegriffen. Hier kann man erfahren, dass neben dem 1. FC Kaiserslautern drei weitere rheinland-pfälzische Vereine deutscher Fußballmeister geworden sind. Oder, dass das erste offizielle Länderspiel der Frauennationalmannschaft im Stadion Oberwerth in Koblenz stattfand. Die Ausstellung lädt zu einem unterhaltsamen und zugleich informativen Besuch ein. Spiel

und Spaß sollen im Vordergrund stehen. Kleine und große Fußballheldinnen und -helden können an Mitmachstationen im Innen- und Außenbereich verschiedene Varianten und Formen des Fußballspiels ausprobieren.

Die interaktive Ausstellung im Landesmuseum Koblenz entstand in Zusammenarbeit mit dem **1. FSV Mainz 05**, dem **1. FC Kaiserslautern**, der **Fritz-Walter-Stiftung**, dem **Deutschen Fußballmuseum**, der **Lotto Rheinland-Pfalz GmbH**, dem **Südwestrundfunk**, dem **Fußballverband Rheinland**, dem **Südwestdeutschen Fußballverband** und weiteren Partnern.

Es wird ein museumspädagogisches Begleitprogramm angeboten sowie Führungen und Workshops für Schulklassen, Vereine, Kinder- und Erwachsenengruppen.

Weitere Informationen:
www.tor-zum-welterbe.de



Foto: Alexander Sell

Landesehrenpreis Genusshandwerk

Zum zweiten Mal verlieh Wirtschaftsministerin **Daniela Schmitt** den **„Landesehrenpreis im Genusshandwerk Rheinland-Pfalz“**. Von den 42 ausgezeichneten Betrieben des Lebensmittelhandwerks stammten 18 aus dem Kammerbezirk der **Handwerkskammer (HwK) Koblenz**. Damit stellt die HwK Koblenz die größte Gruppe der Sieger im Land. Die Auszeichnung wird an herausragende Betriebe verliehen; beworben hatten sich rund 70 Bäcker, Fleischer, Brauer, Konditoren und Speiseeishersteller. Mit dem jährlich ausgeschriebenen Landesehrenpreis werden ausdrücklich die handwerkliche Produktion und die Werte eines Handwerksbetriebs gewürdigt. Voraussetzung ist, dass die Betriebe regional verwurzelt sind und nachhaltige Konzepte verfolgen. Zudem müssen sie sich gesellschaftlichen Anforderungen wie Ausbildung und sozialem Engagement stellen. Die Auswahlkriterien sind anspruchsvoll.

„Es spricht für unsere Betriebe der Lebensmittelhandwerke, dass so viele Preise in den Norden des Landes gehen“, gratuliert HwK-Hauptgeschäftsführer **Ralf Hellrich**. „Sie stellen Lebensmittel zum Genießen her, die mit handwerklicher Sorgfalt und regionalen Zutaten kreiert werden. Wir dürfen auf unsere Betriebe und ihre Leistungen nicht nur stolz sein, sondern sie auch mit unserem Kaufverhalten unterstützen.“

Weitere Informationen:
www.hwk-koblenz.de

KI übernimmt

Der Vormarsch von (generativer) Künstlicher Intelligenz wird den Arbeitsmarkt fundamental verändern. Eine Studie des McKinsey Global Institute ergab, dass rund 30 Prozent der aktuellen Arbeitsstunden bis 2030 durch Technologien, inklusive generativer KI, automatisiert werden könnten. Doch seien zeitnahe Anpassungen des Arbeitsmarktes nötig. Ein schneller Einsatz der neuen Technologien könnte zu einem Produktivitätswachstum von bis zu drei Prozent pro Jahr führen, so die Studie. Voraussetzung dafür sei, dass bis zu 27 Prozent der einzelnen Tätigkeiten in den Berufen automatisiert würden. Dies ziehe berufliche Veränderungen nach sich. In Deutschland seien bis 2030 bis zu 3 Millionen Jobs von einer Veränderung betroffen, das entspricht sieben Prozent der Gesamtbeschäftigung. Dies gilt vor allem für administrative Büroarbeiten: Bis zu 54 Prozent der erwarteten Jobwechsel werden hier erwartet. Mit 17 Prozent folgt der Bereich Kundenservice und Vertrieb, mit 16 Prozent Tätigkeiten in der Produktion.

Weitere Informationen:
www.die-deutsche-wirtschaft.de
www.mckinsey.com

Netzwerkmesse Westerwald

Erstmals findet eine Netzwerkmesse im Westerwald statt: am 10. Oktober in der Boulderhalle des SRS-Sportparks auf der Glockenspitze in Altkirchen. Unternehmen aller Branchen und Firmengrößen sowie Selbstständige, Führungskräfte und Entscheider aus Wirtschaft, Politik und Verwaltung sind als Aussteller und Besucher eingeladen. Die neue Kommunikationsplattform soll Unternehmen und ihre Ideen und Produkte direkt mit Interessenten zusammenbringen. Dazu bietet der Veranstalter günstige Ausstellerpakete an. Der Netzwerkgedanke soll im Vordergrund stehen. Für Besucher ist die Teilnahme kostenlos, es ist aber eine Anmeldung erforderlich. Die Initiatoren der **Netzwerkmesse Westerwald** sind **Matthias Merzhäuser** und **Stephan Siegel**, regionale Repräsentanten des **„Bundesverband mittelständische Wirtschaft - BVMW - Der Mittelstand e.V.“** für die Kreise Altkirchen und Westerwald.

Weitere Informationen:
www.netzwerkmesse-westerwald.de

Fortschritt aus dem Hunsrück

Idar-Oberstein Kaum ein Unternehmen hat einen so kompetentem Aufstieg erlebt wie Biontech. Am Standort Idar-Oberstein arbeitet Biontech IMFS (Innovative Manufacturing Services) unter anderem an Wirkstoffen zur Bekämpfung von Krebs- und Infektionskrankheiten, entwickelt Produktionsprozesse und analytische Methoden und stellt Produkte für die klinische Erprobung her.

Von Hans-Rolf Goebel

Folgt man der Vollmersbachstraße in Idar-Oberstein, fällt ein eindrucksvoller Gebäudekomplex ins Auge. Hier entwickelt und produziert die Biontech IFMS. Das Spektrum umfasst Forschungskandidaten gegen diverse Krebs- und Infektionserkrankungen, die auf RNA (englisch für ribonucleic acid/Ribonukleinsäure) basieren. RNA ist ein einzelsträngiges Molekül, das DNA-Informationen spiegelt und zur Proteinherstellung verwendet wird.

gene Abwehr- oder Immunsystem soll sich wieder gegen die Tumorzellen richten. Das dritte Tätigkeitsgebiet sind Vektoren, die Anwendung bei Zell- und Gentherapien finden. „Wir am Standort Idar-Oberstein sind besonders stolz darauf, als Teil von Biontech einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung unserer klinischen Pipeline mit hochinnovativen Produkten leisten zu können“, sagt Dr. Andrea Schilz, die gemeinsam mit ihrem Kollegen Stephan Müller die Geschäfte am Standort im Hunsrück führt. „Das ist nur möglich durch eine gelungene Kom-

Expansion der Reinraum- sowie der Qualitätskontrolllaborflächen. Diese strategische Erweiterung betrachtet das Unternehmen als einen wichtigen Meilenstein zur kontinuierlichen Versorgung der laufenden und kommenden internationalen klinischen Studien.

Die erste klinische Studie begann Biontech im Jahr 2014. Sie hatte eine individualisierte RNA-Immuntherapie bei Patientinnen und Patienten mit Melanomen zum Gegenstand. Bis Ende 2024 will das Unternehmen zehn oder mehr potenziell zulassungsrelevante Studien in seiner Pipeline haben. Zehn Wirkstoffe befinden sich derzeit in der fortgeschrittenen Entwicklung, das bedeutet, sie haben Phase II oder Phase III der Erprobung erreicht.

In der Phase II wird ein Medikament zum ersten Mal an Patienten überprüft, die an jener Erkrankung leiden, für deren Behandlung das Medikament entwickelt wird. Es folgt Phase III. Diese besteht aus groß angelegten, internationalen Studien, in der Ärztinnen und Ärzte in Kliniken vieler Länder das Präparat an mehreren tausend Patienten erproben. Phase III-Studien dauern zwischen zwei und fünf Jahren. Die erste Marktzulassung im Bereich Onkologie ist für das Jahr 2026 anvisiert. Bis 2030 will Biontech in der Onkologie Zulassungen in zehn Indikationen erreichen und damit die Behandlungsmöglichkeiten erweitern.

Um im Bereich Forschung und Entwicklung zügig voranzukom-

men, greift das Unternehmen tief in die durch die Entwicklung des Coronaimpfostoffs gut gefüllte Kasse. Die Forschungs- und Entwicklungskosten beliefen sich für das am 31. Dezember 2023 zu Ende gegangene Geschäftsjahr auf knapp 1,8 Milliarden Euro, im Vergleich zu rund 1,5 Milliarden Euro für den Vorjahreszeitraum. Für das Gesamtjahr 2024 sind derzeit Ausgaben für Forschung und Entwicklung in Höhe von 2,4 bis 2,6 Milliarden Euro geplant.

Dass Biontech nicht nur Geld verdienen will, sondern auch einer Vision folgt, zeigt das aktuelle Engagement des Unternehmens in Ruanda. In der Hauptstadt Kigali entsteht derzeit mit einer Investitionssumme von 150 Millionen US-Dollar ein neuer Standort, der auf einer Fläche von rund

35 000 Quadratmetern rund 100 Menschen Beschäftigung bieten wird. Im Jahr 2025 soll dort mit der Herstellung von mRNA-basierten Impfstoffchargen für den afrikanischen Kontinent begonnen werden.

Biontech könnte beispielsweise jährlich bis zu 50 Millionen Dosen eines Produkts herstellen, dessen RNA-Produktionsverfahren dem des Pfizer-Biontech Covid-19-Impfstoffs ähnelt. Denn nicht nur der Krebsbekämpfung hat sich Biontech verschrieben. Genauso intensiv forscht und entwickelt das Unternehmen mRNA-Impfstoffkandidaten gegen Infektionskrankheiten mit hohem medizinischen Bedarf (Tuberkulose, Malaria und HIV) sowie gegen solche mit hohem pandemischem Risiko wie dem Mpox-Virus.



In Idar-Oberstein befindet sich die Biontech-Niederlassung BioN-Tech IFMS. Die Kombination aus umfangreichem Know-how, effizienten Prozessen und modernen Produktions- und Laborflächen ermöglicht es, hier wichtige Beiträge für die Entwicklung von hochinnovativen Produkten leisten zu können. Foto: rh2010/stock.adobe.com



Mit der ersten klinischen Studie zu einer individualisierten RNA-Immuntherapie bei Patienten mit Melanomen begann Biontech 2014. Bis Ende 2024 will das Unternehmen mindestens zehn potenziell zulassungsrelevante Studien auf den Weg bringen, bis 2030 sollen in der Onkologie Zulassungen in zehn Indikationen erreicht werden. Foto: Biontech SE

Ein weiterer Schwerpunkt sind die sogenannten CAR-T-Zellen für die Behandlung von Tumoren. CAR kürzt den Begriff „Chimärer Antigenrezeptor“ ab. Bei der CAR-T-Zelltherapie handelt es sich um eine Form der Immuntherapie, das heißt, das körpere-

combination aus umfangreichem Know-how, effizienten Prozessen und modernen Produktions- und Laborflächen. All das haben wir in Idar-Oberstein.“ In den vergangenen Jahren hat Biontech die dortigen Kapazitäten deutlich erweitert, insbesondere durch die

Zum Unternehmen

Biopharmaceutical New Technologies (Biontech) ist ein globales innovatives Immuntherapieunternehmen, das Therapien gegen Krebs und andere schwere Erkrankungen entwickelt. Im Geschäftsjahr 2023 hat Biontech mit rund 6300 Mitarbeitenden einen Umsatz von 3,8 Milliarden Euro erwirtschaftet. Allein 2500 Menschen arbeiten im Bereich Forschung und Entwicklung.

Das Unternehmen kombiniert eine Vielzahl an modernen therapeutischen Plattformen und Bioinformatiktools, um die Entwicklung innovativer Bio-

pharmazeutika voranzutreiben. Das diversifizierte Portfolio an onkologischen Produktkandidaten umfasst individualisierte Therapien sowie off-the-shelf- (serienmäßig produzierte) Medikamente auf mRNA-Basis, innovative chimäre Antigenrezeptor (CAR)-T-Zellen und verschiedene proteinbasierte Therapeutika, zum Beispiel zielgerichtete Krebsantikörper. Biontech entwickelt neben seiner vielfältigen Onkologie-Pipeline gemeinsam mit Kollaborationspartnern auch verschiedene mRNA-Impfstoffkandidaten für eine Reihe von Infektionskrankheiten.

Zur Person



Dr. Andrea Schilz promovierte 1999 als Biologin in zellulärer Gentherapie an der Technischen Universität Kaiserslautern. Sie verfügt über 20 Jahre Erfahrung in der Biotechnologie- und Gesundheitsbranche, sowohl in Managementpositionen als auch als Beraterin. Sie führt mit ihrem Kollegen

„Wir am Standort Idar-Oberstein sind besonders stolz darauf, als Teil von Biontech einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung unserer klinischen Pipeline mit hochinnovativen Produkten leisten zu können.“

Dr. Andrea Schilz, Geschäftsführerin von Biontech IMFS.

Stephan Müller die Geschäfte von Biontech IMFS in Idar-Oberstein. Schilz war in verschiedenen Führungs- und Managementpositionen tätig, meist mit Schwerpunkt auf fortgeschrittenen therapeutischen Arzneimitteln (ATMPs). Sie war strategische und operative Beraterin in verschiedenen Biotechunternehmen, akademischen Einrichtungen sowie öffentlich-privaten Partnerschaften (PPPs). Mehrere Jahre leitete sie einen der führenden Life-Science-Cluster (ein Branchennetzwerk) in Deutschland. Foto: Biontech SE

ANZEIGE

WIE MANAGT MAN FORDERUNGEN ERFOLGREICH?

„DAS LÖSEN WIR FÜR SIE GANZ INDIVIDUELL.“

Schema F ist nie effektiv im Inkasso. Darum bringen wir das Beste für Ihr Unternehmen zusammen. So wird jede Lösung individuell – und maximal erfolgreich.

Inkasso geht am besten gemeinsam.

Creditreform Koblenz
0261 - 91 18 1-0
creditreform.de/koblenz/inkasso

Creditreform
KOBLENZ



Tempo für den Arbeitsmarkt

Koblenz Der Job-Turbo zur schnelleren Arbeitsmarktintegration von geflüchteten Menschen ist ein Programm des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales. Im Gespräch mit der WIRTSCHAFT zieht die Agentur für Arbeit Koblenz-Mayen eine erste Bilanz.

Der im Oktober 2023 von der Bundesregierung beschlossene Job-Turbo hat eine schnellere Arbeitsaufnahme oder einen schnelleren Beginn einer Ausbildung geflüchteter Menschen zum Ziel. Rund 700 bis 800 Ukrainerinnen und Ukrainer haben Agentur und Jobcenter in Koblenz mittlerweile beraten und bei der Arbeitssuche unterstützt. Oft sind die Menschen traumatisiert und leben in ständiger Sorge um ihre in der Ukraine verbliebenen Angehörigen.

Foto: Halfpoint/stock.adobe.com

Von Hans-Rolf Goebel

Nein, mit dem Job-Turbo sei das Rad nicht neu erfunden worden. Er sei auch keine Wunderwaffe, aber dennoch habe er bereits Gutes bewirkt. Frank Schmidt, Vorsitzender der Geschäftsführung der Agentur für Arbeit Koblenz-Mayen, kann dem im Oktober 2023 von der Bundesregierung beschlossenen neuen Arbeitsmarktinstrument viel Positives abgewinnen. „Der Job-Turbo ist eine attraktive Marketingmaßnahme, die dabei hilft, die richtigen Menschen und Institutionen in unserem Netzwerk wirkungsvoller und schneller zusammenzubringen.“ Er ziele vor allem darauf ab, Menschen, die aus der Ukraine nach Deutschland flüchten, zügig in Arbeit zu bringen oder ihnen einen schnelleren Ausbildungsbeginn zu ermöglichen. „Insgesamt sprechen wir für Deutschland von einem Potenzial von fast 400 000 Menschen, die durch den Job-Turbo schneller und unkomplizierter in ein Arbeitsverhältnis gebracht werden sollen.“ Die Vorteile dieses beschleunigten Vorgehens stehen auch Flüchtlingen

aus den sogenannten Asylherkunftsländern (zum Beispiel Afghanistan, Eritrea oder Syrien) offen. Auch wenn die Arbeitsmarktpolitik nicht grundlegend umgekrempelt werde, markiere das neue Instrument dennoch einen Paradigmenwechsel, so

„Wir ziehen mit vielen Partnern am selben Strang: mit den Unternehmen, der Industrie- und Handelskammer, der Handwerkskammer, den Kommunen oder der Kreishandwerkerschaft. Die Bereitschaft für Pragmatismus und Kompromisse wächst.“

Frank Schmidt, Vorsitzender der Geschäftsführung der Agentur für Arbeit Koblenz-Mayen, zur Einführung des Job-Turbos

Schmidt. „Es war immer der Erwerb der deutschen Sprache, der vorrangiges Ziel war. Aus gutem Grund, denn Sprachkenntnisse sind ein wesentliches Fundament für die gesellschaftliche und berufliche Integration.“

Mit dem Job-Turbo werde allerdings ein pragmatisches Umdenken vollzogen. „Wir verbinden die Sprachvermittlung in enger Zusammenarbeit mit den Arbeitgebern unmittelbar mit der Beschäftigung. Gelernte Sprache wird ohne Arbeit und soziale Kontakte auch schnell wieder ver-

gessen“, sagt Schmidt. Viele geflüchtete Menschen sind gut qualifiziert und planen, langfristig in Deutschland zu leben. Dieses Potenzial soll genutzt werden. Geflüchtete haben gute Chancen, direkt nach den Integrationskursen mit Grundkenntnissen der deut-

lichen Sprache in den Job zu starten und können anschließend ihre Deutschkenntnisse berufsbegleitend weiter verbessern, beispielsweise durch sogenannte Berufssprachkurse (BSK). Schmidt ist froh darüber, dass viele wichtige Akteure die Vorzüge des Job-Turbos erkannt haben. „Wir ziehen mit vielen Partnern am selben Strang: mit den Unternehmen, der Industrie- und Handelskammer, der Handwerkskammer, den Kommunen oder der Kreishandwerkerschaft. Die Bereitschaft für Pragmatismus und Kompromisse

wächst.“ Von den großen Verbänden wünscht er sich hingegen mehr Bekanntheit und Kooperation.

Guido Steffens, Bereichsleiter Markt und Integration im Jobcenter der Stadt Koblenz, ist der festen Überzeugung, dass der Perspektivwechsel allen Beteiligten guttut. „Der Markt ist sicher noch ein Stück weit verhalten, aber es kommt Bewegung rein. Wir bauen gerade einen Pool an Bewerbern auf, die mit hoher Motivation und guter Qualifikation in den deutschen Arbeitsmarkt einsteigen wollen.“

Rund 700 bis 800 Ukrainerinnen und Ukrainer haben Agentur und Jobcenter in Koblenz mittlerweile beraten. In diesen Gesprächen werden individuelle Kooperationspläne zwischen Vermittler und Arbeitssuchenden erstellt, in denen kurz und bündig die nächsten Entwicklungsschritte und der zeitliche Rahmen dafür niedergeschrieben werden.

Jasmina Müller, Geschäftsführerin des Jobcenters Cochem-Zell, ist von den neuen Kooperationsplänen ebenfalls angetan. „Sie sind verständlich, schlank und fokussiert. Ein echter Fortschritt im Vergleich zu den früheren Ein-

gliederungsvereinbarungen, die kompliziert, umfangreich und voller rechtlicher Anmerkungen gewesen sind. Kooperationspläne sind im Übrigen kein Druckmittel, sondern ein Orientierungsrahmen, der beiden Seiten hilft.“

Susanne Gerent, Beraterin im Jobcenter Cochem-Zell, ist es wichtig, daran zu erinnern, dass auch der menschliche Faktor eine große Rolle spielt. „Nicht selten laufen auch Tränen. Man darf

Zuwanderung aus der Ukraine

Der Bezirk der **Agentur für Arbeit Koblenz-Mayen** umfasst die Landkreise Mayen-Koblenz, Cochem-Zell, Ahrweiler und die kreisfreie Stadt Koblenz. Dort lebten am 31. Dezember 2022 insgesamt 524 305 Menschen. 329 926 waren darunter im erwerbsfähigen Alter (15 bis 65 Jahre). Im Jahreshschnitt waren 11 002 Personen arbeitslos.

Seit dem Angriff Russlands auf die Ukraine am 24. Februar 2022 sind bis jetzt im Bezirk der Agentur für Arbeit Koblenz-Mayen 2372 ukrainische Staatsbürger als erwerbsfähig gemeldet und davon 784 als arbeitslos.

Das Koblenzer Lotsenhaus

Eine Besonderheit und bewährte Grundlage für die berufliche Integration von Migrantinnen und Migranten ist die Lotsenhaus-Kooperation für geflüchtete Menschen. Es ist eine gemeinsame Einrichtung der **Agentur für Arbeit Koblenz-Mayen**, der **Stadt Koblenz** sowie des **Landkreises Mayen-Koblenz**, der **Jobcenter Stadt Koblenz und Mayen-Koblenz**, der **IHK und HwK Koblenz**, des **Bundesamts für Migration und Flüchtlinge (BAMF)** und des **Caritasverbandes Koblenz e.V.** Zu den Aufgaben gehören vor allem die Beratung und Unterstützung von Geflüchteten in Fragen der Arbeitsmarktintegration.

Das Lotsenhaus ist aber auch Ansprechpartner für haupt- und ehrenamtliche Helferinnen und Helfer in der Flüchtlingsarbeit. Es nahm am 1. November 2015 seine Arbeit auf und war damals teilweise in den Räumen der Koblenzer Arbeitsagentur untergebracht. Teams unterschiedlicher Einrichtungen und Behörden konnten sich so effektiv verzahnen und zu hochkarätigen Expertenpools entwickeln. Das zeigte sich spätestens, als im Frühjahr 2022 der Flüchtlingsstrom aus der Ukraine einsetzte. Dank der Hand-in-Hand-Arbeit im Lotsenhaus-Netzwerk waren alle auf die ersten Kriegsflüchtlinge vorbereitet. Das heutige Netzwerk reicht inzwischen weit über die Ver-



Foto: snowing12/stock.adobe.com

bindung der ursprünglichen Lotsenhaus-Gründer hinaus.

Frank Schmidt, Vorsitzender der Geschäftsführung der Agentur für Arbeit Koblenz-Mayen, sagt: „Es wäre schön, wenn wir wegen der Chancen und Herausforderungen für die Menschen und für die Region mit der Lotsenhaus-Kooperation wieder in einem gemeinsamen Gebäude arbeiten könnten. Getreu dem Motto „einmal hin, alles erledigt!“ Pläne für eine „Vision 2.0 in einem Haus“ gibt es. „Wir haben seit der Grundidee der Jahre 2015 und 2016 viele gute Erfahrungen sammeln können, die uns bestärken, diese Idee weiterzuentwickeln. Auch als Blaupause für andere Regionen.“

Die Kernaufgaben des Lotsenhauses sind:

- Vermittlung von Informationen zum deutschen Bildungssystem
- Vermittlung von Informationen zu Ausbildungs- und Arbeitsmarkt
- Integration in den Arbeits- und Ausbildungsmarkt
- Anerkennungsberatung für ausländische Abschlüsse
- Unterstützung des Ehrenamts
- Integration der betreuten Menschen durch Erwerb der Sprachkompetenz
- Integration der betreuten Menschen in die deutsche Gesellschaft

nicht unterschätzen, welche Last gerade auch den Frauen aus der Ukraine aufgebürdet wurde. Sie leben in der Fremde, müssen nach Wohnraum suchen und sich oft noch um sehr kleine Kinder kümmern. Und sie leben mit der permanenten Sorge um ihre Angehörigen.“

Verletzter Stolz, wenn ein Arbeitsangebot zwar branchenverwandt ist, sich aber nicht auf dem Niveau des Jobs im Heimatland

„Nicht selten laufen auch Tränen. Man darf nicht unterschätzen, welche Last gerade den Frauen aus der Ukraine aufgebürdet wurde. Sie leben in der Fremde, müssen nach Wohnraum suchen und sich oft noch um sehr kleine Kinder kümmern. Und sie leben mit der permanenten Sorge um ihre Angehörigen.“

Susanne Gerent, Beraterin im Jobcenter Cochem-Zell

befindet, ist weder Müller noch Gerent begegnet. Auch die Kommunikation gestalte sich heute deutlich einfacher als bei der großen Flüchtlingswelle der Jahre 2015 und 2016. Heute stehen der Agentur Sprachmittler zur Verfügung und die Beraterinnen und Berater können sich auf eine Dolmetscher-Hotline stützen. „Wenn beides gerade nicht zur Hand ist, dann läuft die Verständigung halt auch schon mal über Google Translate“, sagt Müller.

Ihre Kollegin Maike Gilster vom Arbeitgeberservice der Agentur lobt die Offenheit der Unternehmen im Einzugsgebiet, die schnell erkannt hätten, dass sich mit etwas Mut und der Bereitschaft, den neuen Kolleginnen und Kollegen im Alltag zur Seite zu stehen, sehr fähige Fachkräfte gewinnen lassen. Das Instrument des Job-Turbos habe mit seiner Marketingwirkung zusätzliche Unternehmen sensibilisiert und

motiviert, Arbeitskräfte aus der Ukraine anzustellen oder ihnen eine Ausbildung anzubieten, sagt Gilster. Dabei sei das Risiko, dass solche Arbeitskräfte nach einem Ende des Krieges heimkehren wollen, nie ganz auszuschließen. Aber die Zahl derer, die Umfragen zufolge sagen, dass sie auf Dauer bleiben wollen, nimmt zu.

Der Agenturgeschäftsführer Schmidt betont, dass er dem deutschen Weg der Integration in Gesellschaft und Arbeitsmarkt den Vorzug gibt. „In anderen Ländern mag die Integrationsquote vielleicht höher sein als bei uns, aber dabei wird oft übersehen, dass dort die meisten Geflüchteten im Niedriglohnssektor unter-

kommen oder reine Hilfstätigkeiten leisten.“ Er hält die Herangehensweise in Deutschland für nachhaltiger und zielführender. „Nachhaltiger deshalb, weil unsere Beraterinnen und Berater konsequent versuchen, branchennah und qualifikationsgemäß zu vermitteln. Wir schauen genau, welcher Job am besten

zur bisherigen Ausbildung und zur Vita passt und suchen einen verwandten Zielberuf. Alles andere wäre eine Vergeudung von Talenten.“ Diese Strategie werde als wichtiges Puzzleteil dabei helfen, etliche qualifizierte, dringend gesuchte Fachkräfte für deutsche Unternehmen zu gewinnen.



Die Experten zum Thema Job-Turbo (von rechts nach links): Frank Schmidt (Vorsitzender der Geschäftsführung der Agentur für Arbeit Koblenz-Mayen) Jasmina Müller (Geschäftsführerin des Jobcenters Cochem-Zell), Susanne Gerent (Beraterin im Jobcenter Cochem-Zell), Maike Gilster (Arbeitgeberservice der Agentur für Arbeit Koblenz-Mayen) und Guido Steffens (Bereichsleiter Markt und Integration im Jobcenter der Stadt Koblenz).

Foto: Hans-Rolf Goebel

ANZEIGE

Warum Stillstand nicht unser Ding ist? Weil wir ein ganzes Land am Laufen halten.

Zeit, zu machen.

DAS HANDEWERK
DIE WIRTSCHAFTSMACHT. VON NEBENAN.

Handwerkskammer Koblenz
HWK-KOBLENZ.DE

HANDWERK.DE

Wie geht es eigentlich der Start-up-Szene?

Innovation Die Zahl der Neugründungen von Unternehmen in Deutschland ging zuletzt in Folge von Corona und anderer Krisen deutlich nach unten. Die Welt der Firmengründer, die über Jahre als besonders dynamisch galt, verzeichnete Rückschläge. Kann die Szene zu alter Stärke zurückkehren?



Start-ups sind mit ihren innovativen und kreativen Ideen ein wichtiger Impulsgeber für die deutsche Wirtschaft. Es kommt immer häufiger zu einer Annäherung zwischen großen Unternehmen und Neugründungen, die dann in Kooperationen oder Beteiligungen mündet.

sprechende Jungunternehmen. Weil der Vertrieb in vielen Fällen ein Problemfeld für Start-ups sei, konzentriere er sich besonders auf die Beratung in diesem Bereich. „Es gibt zahlreiche Gründer, die ein tolles Produkt haben, aber keine realistische Vorstellung davon, wie man es auf geeignete Weise verkauft. Also habe ich entschieden, mich an solchen vielversprechenden Unternehmen in zweifacher Hinsicht zu beteiligen: Mit Geld und mit Know-how im Vertrieb“, sagt Wächter. Profitiert habe die Branche auch von einer Kultsendung im Fernsehen. „Die Höhle der Löwen“,

„Wir investieren öffentliche Mittel, die helfen, dass Wertschöpfung und Arbeitsplätze entstehen. Ziel ist nicht, zum Wohle der Bank Geld zu verdienen, sondern mit der Balance aus Erträgen durch erfolgreiche Unternehmensverkäufe, sogenannten Exits, und abgeschriebenen Fällen eine schwarze Null zu erreichen.“

Dr. Ulrich Link, Mitglied des Vorstandes der Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (ISB)

das TV-Format, in dem Investoren vor laufender Kamera um die Gunst von Gründerinnen und Gründern mit einem besonders innovativen Produkt buhlen, habe in der Start-up-Szene einen wahren Hype ausgelöst. Aber im Moment sei die Euphorie jener Zeit eher verflogen. „Die Wagemutigen sind heute in der Minderheit. Alle sind empfindlicher geworden, warten ab, halten sich zurück. Es wird noch genauer hingeschaut, wie kompetent die Gründerinnen und Gründer sind, wie innovativ ihr Produkt und wie skalierbar das Geschäft damit“, sagt Wächter. Als zusätzliche Be-

lastung habe sich die im März 2024 erfolgte Reduzierung des sogenannten staatlichen Wagniskapitalzuschusses von 25 auf 15 Prozent erwiesen.

Auch Raphael Dupierry, Referatsleiter Gründungsförderung an der Hochschule Koblenz, sieht einen deutlichen Knick in der Entwicklung der Start-up-Szene, glaubt aber nicht an eine dauerhafte Rezession. „Der Gründungsgeist hat sich historisch gesehen oft als äußerst widerstandsfähig erwiesen, selbst in Zeiten wirtschaftlicher Turbulenzen. Im Moment legt er zwar wegen der schwieriger gewordenen Rahmenbedingungen eine Pause ein, aber viele erfolgreiche Unternehmen wurden in schwierigen wirtschaftlichen Zeiten gegründet und haben sich zu Marktführern entwickelt.“

Dupierry ist davon überzeugt, dass auch in der Krise neue Chancen und Märkte entstehen können. Die Pandemie habe beispielsweise die Bedeutung digitaler Technologien und Lösungen verstärkt. Branchen wie E-Commerce, digitale Gesundheitsdienste und Technologieinfrastruktur haben tendenziell weniger stark gelitten, einige haben sogar von der Krise profitiert. Die verstärkte Nutzung von Online-shopping und digitalen Dienstleistungen während der Pandemie hat vielen E-Commerce-Start-ups einen Aufschwung beschert. Ebenso haben Gründungen im Bereich der Telemedizin oder digitalen Gesundheitsüberwachung eine erhöhte Nachfrage erlebt. Die Notwendigkeit, im Homeoffice zu arbeiten und virtuelle Tools zu nutzen, hat auch die Bedeutung von Technologieinfrastruktur und Softwarelösungen hervorgerufen, was Start-ups in diesen Bereichen zugutegekommen

ist. Dupierry erwartet außerdem eine verstärkte Internationalisierung der Gründerszene. Die Globalisierung und die zunehmende Digitalisierung ermöglichen es Firmengründern, über nationale Grenzen hinweg zu agieren und Märkte weltweit zu erschließen.

Link bringt als Vorstandsmitglied der ISB eine weitere Überlegung ins Spiel, die sich neben der Zurückhaltung privater Geldgeber zu einem beträchtlichen Problem auszuweiten könnte. „Gründer sind Spezialisten. Sie sind in der Regel ideenreiche, kompetente und clevere Tüftler. Genau solche Menschen sind auch auf dem immer enger werdenden Arbeitsmarkt sehr begehrt und werden hervorragend bezahlt. Da gibt mancher potenzielle Gründer lieber der gut bezahlten Festanstellung den Vorzug, als sich den Risiken der Selbstständigkeit auszusetzen.“ Der Vorteil sei allerdings, dass Gründer, die gerade in den gegenwärtig rauen Zeiten ein eigenes Business wagen, besonders fest daran glauben und hoch motiviert sind. „Die Zeiten, in denen ein Start-up einfach nur aus Spaß am Experiment gegründet wurde, sind vorbei.“

Dem Mut zum unternehmerischen Handeln misst Link eine hohe Bedeutung bei. Große Unternehmen und Start-ups hätten über lange Zeit miteinander gefremdet. In jüngerer Zeit stelle er aber eine deutliche Annäherung fest, die dann häufig in Kooperationen oder Beteiligungen mündet. „Start-ups werden nicht die Wirtschaftswende zum Besseren herbeiführen, aber sie können noch viel stärker als bisher mit innovativen Ideen und überzeugenden Geschäftsmodellen zu einem wichtigen Antreiber im Wirtschaftsgefüge werden“, sagt Link.

Zur Person

Dr. Ulrich Link war nach einem Studium der Volkswirtschaftslehre und seiner Promotion an der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz zunächst als Referent für Wirtschaftsförderung im rheinland-pfälzischen Wirtschaftsministerium tätig. Er wechselte 1993 in die Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (ISB), die in diesem Jahr gegründet wurde. Unter anderem leitete er den Venture-Capital-Bereich. Dem Vorstand der ISB gehört er seit 2010 an.



Foto: Heike Rost/ISB

Klaus Wächter ist aktuell an sieben Start-ups beteiligt. Er betreut und berät Firmengründer vor allem im Bereich Vertriebs- und Preisstrategie. Im November 2020 ist sein Buch „Sales Canvas für Start-ups“ erschienen, im Juli 2022 sein zweites Buch „Start-up Pricing Canvas“. Wächter ist der erste Vorsitzende der Business Angels Rheinland-Pfalz, Experte für den Deutschen Gründerpreis und Coach beim 1,2,3,GO, einem Businessplan-Wettbewerb für Rheinland-Pfalz und das Saarland. Er hält regelmäßig Vorträge an Hochschulen und Gründerzentren.



Foto: Karina Schuh Photography

Raphael Dupierry ist seit mehr als fünfzehn Jahren als Berater und Coach tätig. Er leitet das Referat Gründungsförderung an der Hochschule Koblenz, betreut Projekte und führt diverse Qualifizierungs- und Vernetzungsveranstaltungen im Bereich Existenzgründung durch. Darüber hinaus ist er Gründer und Leiter des zentralen Bauens des landesweiten Ideen- und Innovationsökosystems „Ideenwettbewerb Rheinland-Pfalz“ und hat selbst Gründungserfahrungen.



Foto: Hochschule Koblenz

Von Hans-Rolf Goebel

Die Auswirkungen der Pandemie, der Inflation, der Energiekrise und des russischen Angriffs auf die Ukraine haben der deutschen Start-up-Szene zugesetzt. Nach der Goldgräberstimmung, die noch bis zum Jahr 2022 spürbar war, setzte Ernüchterung ein. „Diese Situationen haben mit ihren negativen Auswirkungen zeitversetzt auch die Gründerszene erreicht und ihr einen deutlichen Dämpfer ver-

„Der Gründungsgeist hat sich historisch gesehen oft als äußerst widerstandsfähig erwiesen, selbst in Zeiten wirtschaftlicher Turbulenzen.“

Raphael Dupierry, Referatsleiter Gründungsförderung an der Hochschule Koblenz

passt“, sagt Klaus Wächter, erfahrener Start-up-Berater, Investor und Vorsitzender der Business Angels Rheinland-Pfalz. Eine Auffassung, die Dr. Ulrich Link, Mitglied des Vorstandes der Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (ISB) und langjähriger Experte für Start-up-Finanzierungen, teilt. „Der Dämpfer gilt für die Angebotsseite und für die Nachfrageseite, also für die Gründer wie auch für die Investoren und Teilhaber.“ Auch für ihn ist es die Summe der Kri-

Deutscher Business Angels Tag 2024

Vom 23. bis zum 25. November 2024 bietet der Branchentreff in Mainz ein umfangreiches Kongressprogramm für alle in der Gründerszene tätigen Akteure. Es besteht die Gelegenheit zum Informationsaustausch, zur Netzwerkbildung, Marktbeobachtung und -analyse, zur Kontaktpflege und Kundenakquise. Kapitalsuchende Start-ups demonstrieren ihre Produkte, erläutern ihre Geschäftsidee, präsentieren sich vor ausgewähltem Publikum und kommen mit Investoren ins Gespräch. Auch junge Unternehmen, die zunächst testen wollen, wie ihre Geschäftsidee aufgenommen wird oder die Szene erst einmal kennenlernen möchten, sind willkommen.

Weitere Informationen: www.businessangelstag.de

sen, die die eigentlich resiliente Start-up-Szene zurückgeworfen hat. Die ISB verfügt über ein breites Portfolio von rund 150 Start-up-Beteiligungen. Die Bank investiert unter anderem auf der Basis von Landes- und EU-Mitteln in vielversprechende, aufstrebende Unternehmen und partizipiert im Gegenzug als Gesellschafter am Unternehmenserfolg. „Wir investieren öffentliche Mittel, die helfen, dass Wertschöpfung und Arbeitsplätze entstehen. Wir decken diesen Prozess mit revolvingierenden Fonds ab. Ziel ist nicht, zum Wohle der Bank Geld zu verdienen, sondern mit der Balance aus Erträgen durch erfolgreiche Unternehmensverkäufe, sogenannten Exits, und abgeschriebenen Fällen eine schwarze Null zu erreichen“, sagt Link. Das breitgestreute Portfolio lässt sich geschickt steuern. „Wir können Gewinne und Verluste gut austarieren. Besser als ein kleiner Investor mit vielleicht fünf Beteiligungen. Da kann ein verlustreiches Investment zu gravierenden finanziellen Problemen führen.“

Die ISB verfügt derzeit über zwölf aktive Fonds mit einem Investitionsvolumen von rund 120 Millionen Euro. Sie finanziert vor allem Start-ups in den ersten fünf Entwicklungsjahren. Anders als zum Beispiel Private Equity-Häuser, die abwarten und erst dann investieren, wenn ein Start-up durch und durch gefestigt ist. Als Beweise dafür gelten diesen Großinvestoren der sogenannte „Proof of Concept“ und „Proof of

„Die Wagemutigen sind heute in der Minderheit. Alle sind empfindlicher geworden, warten ab, halten sich zurück. Es wird noch genauer hingeschaut, wie kompetent die Gründerinnen und Gründer sind, wie innovativ ihr Produkt und wie skalierbar das Geschäft damit.“

Klaus Wächter, Start-up-Berater, Investor und Vorsitzender der Business Angels Rheinland-Pfalz

Market“. „Wir tun uns auch gern mit Privatinvestoren zusammen, die Branchenexpertise mitbringen und Start-ups mit ihrer Erfahrung als Business Angel unter die Arme greifen“, sagt das Vorstandsmitglied der ISB.

So wie Business Angel Klaus Wächter. Er investiert in vieler-



Die Start-up-Szene in Deutschland hat infolge vieler Krisen in den Jahren 2022 und 2023 einen deutlichen Dämpfer hinnehmen müssen. Gründer sind verunsichert, Investoren zurückhaltend. Wird die eigentlich als widerstandsfähig geltende Start-up-Szene erneut in die Erfolgsspur zurückfinden? Experten halten eine dauerhafte Rezession für unwahrscheinlich.

Foto: Vasy/stock.adobe.com

15 Jahre Ideenwettbewerb Rheinland-Pfalz

Der Ideenwettbewerb Rheinland-Pfalz, gegründet und ausgerichtet vom Hochschule Koblenz und gefördert vom rheinland-pfälzischen Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau, bietet Start-ups eine Plattform zur Präsentation ihrer Ideen. Die besten Innovationen - Produkt, Dienstleistung oder Verfahren - werden jährlich mit Geld- und Sachpreisen prämiert. Zahlreiche Stifter und Partner unterstützen das Projekt. In diesem Jahr reichten 111 experimentierfreudige Menschen ihre Ideen ein. Während der Preisverleihung im Mai 2024 auf der Festung Ehrenbreitstein wurde David Schwarz für CibusCell Software landesweit im Reifegrad 3 ausgezeichnet. CibusCell Software ist ein automatisiertes Tool, das Firmen die Umstellung auf Wasserstoffproduktion durch genaue Berechnungen erleichtert. Außerdem wurden Anne

Meier, Lena Pitz, Ronja Höpfner, Michael Hoffmann, Marcus Mehlitz, Ion Artene und Ali Affi für HAMLET (Haptic Applications for Medical Learning, Experimenting and Teaching) landesweit im Reifegrad 2 ausgezeichnet. HAMLET kombiniert physische und virtuelle Trainingsmodelle, um das operative Training in der Medizin zu revolutionieren. Ebenfalls ausgezeichnet wurden Moritz Scherer und Leon Rauch für Kauschläu als landesweite Preisträger im Reifegrad 2. Kauschläu revolutioniert die Behandlung von Bruxismus (Zähneknirschen) durch eine intelligente Bisschiene mit moderner Sensorik und App.

Im Reifegrad 1 ist eine Idee vorhanden, im Reifegrad 2 ein Prototyp und im Reifegrad 3 existiert ein finales Produkt, das von dem gegründeten Unternehmen am Markt verkauft wird.

Neben der Preisverleihung steht in diesem Jahr das 15-jährige Jubiläum des Ideenwettbewerbs im Fokus. Aus diesem Anlass eröffneten die rheinland-pfälzische Wirtschaftsministerin Daniela Schmitt, der Direktor des Landesmuseums Prof. Dr. Andreas Schmauder und der Präsident der Hochschule Koblenz Prof. Dr. Karl Stoffel die Jubiläumsausstellung mit 19 ausgewählten Exponaten. Die prämierten Ideen reichen von Pflegeprodukten für Tiere über digitale Lösungen für Sportvereine bis zu einem Schlauchmanagementsystem für Feuerwehreinheiten. Die Ausstellung kann noch bis zum 3. November 2024 besucht werden.

Weitere Informationen: www.ideenwettbewerb-rp.de/ 15-Jahre-Ideenwettbewerb-rheinland-pfalz

GEMINI PLAZA
Die besten Büro- und Praxisflächen in Limburg und Umgebung

KfW 40 EE

ANKERMIETER: FINANZAMT LIMBURG-WEILBURG & ALDI SÜD verfügbar ab: Q3/2025

- KfW 40 ee - Heizen und Kühlen mit Deckensegeln über Wärmepumpe mit Photovoltaikanlage, Heizkosten nur rund 1,95 Euro pro Quadratmeter im Jahr*
- EU-Taxonomiekonform
- direkte Fahrstuhlbindung & barrierefrei
- 380 Parkplätze inklusive Tiefgarage
- direkte Anbindung an die B8 (eigene Abbiegespur), 800 m zur A3 Limburg Nord
- ÖPNV-Anbindung direkt am Gebäude
- 130 Fahrradstellplätze, bis zu 38 E-Ladesäulen
- Einkaufsmöglichkeiten und Gastronomie im Gebäude und im unmittelbarem Umfeld

*Bei einem Strompreis von 0,28 ct/kWh und üblichem Nutzerverhalten

Gemini Plaza Ost
Siemensstraße 7 · 65549 Limburg
www.gemini-plaza.de

Gesamtgröße: ca. 25.000 qm BGF
noch verfügbare Mietflächen:
1. OG: 504 m²
4. OG: 210 m², 239 m², 396 m², 508 m²

Flächen auf Mieterwunsch individuell konfigurierbar

Vermietungs-Hotline: ☎ 06431 211 0 211 · kontakt@gemini-plaza.de

WILDERNESS

Treffen im Wald

18. Juli bis 1. Sept. 2024

GOP. Variété-Theater Bonn

variete.de

Der Klimawandel nimmt Fahrt auf

Szenario Vor 15 Jahren begannen Forscher des Kompetenzzentrums für Klimawandelfolgen mit den Datenauswertungen zu den Auswirkungen des Klimawandels auf Rheinland-Pfalz. Sie rechneten mit spürbaren Veränderungen ab Mitte des Jahrhunderts. Doch der Klimawandel kam schneller und heftiger.



Die Auswirkungen des Klimawandels in Rheinland-Pfalz treten viel früher zutage als noch vor gut 15 Jahren prognostiziert. Sie werden in allen Landesteilen immer spürbarer, wenn auch mit regional unterschiedlichen Ausprägungen. Nicht nur die tiefer gelegenen, für Trockenheit anfälligen Regionen wie das Koblenz-Neuwieder-Becken, Rheinhessen oder der Oberrheingraben sind betroffen. Inzwischen leiden auch die rheinland-pfälzischen Mittelgebirgsregionen unter zu wenig Feuchtigkeit. Trotz eines regnerischen Frühjahrs.

Foto: Chaonchai/stock.adobe.com



Mit dem Klimawandel geht die Tigermücke auf Reisen. Populationen der aus dem Mittelmeerraum stammenden tagaktiven Stechmücke gibt es mittlerweile in Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg und Hessen. Aufgrund der steigenden Temperaturen fühlt sie sich auch bei uns wohl.

Foto: Vladyslav Andrukhiv/stock.adobe.com

Von Hans-Rolf Goebel

Rheinland-Pfalz hat als eines der ersten Bundesländer mit dem Kompetenzzentrum für Klimawandelfolgen in Trippstadt ein Informationszentrum eingerichtet, das die Auswirkungen des Klimawandels für das gesamte Bundesland beobachtet und eine Folgenabschätzung vornimmt. Das Kompetenzzentrum koordiniert Daten und betreibt eigene Forschung, bereitet die Erkenntnisse auf, beobachtet die Dynamik der Klimaeränderungen und macht Vorschläge für notwendige Anpassungsmaßnahmen. Dr. Ulrich Matthes, der das Institut leitet, bringt es auf den Punkt: „Der Klimawandel nimmt mächtig Fahrt auf. Folgen, wie langfristige Trockenheit oder räumlich begrenzter Starkregen, die wir ursprünglich für die Zeit nach 2050 verstärkt erwartet haben, sind schon heute an der Tagesordnung.“

Matthes ist Forstwissenschaftler; zusammen mit den Spezialisten seines Instituts betrachten und erforschen sie geografische, biologische und wirtschaftliche Aspekte und modellieren mit Hilfe statistischer Berechnungen Zukunftsszenarien. „Der Klimawandel betrifft alle Gesellschafts- und Umweltbereiche, die Gesundheit, die Landnutzung, die Sozioökonomie und die Biodiversität, Produktionsprozesse und Transportwege“, sagt Matthes. Die Auswirkungen werden in allen Landesteilen von Rheinland-Pfalz immer spürbarer werden, wenn auch mit regional unterschiedlichen Ausprägungen.

„Früher haben wir hauptsächlich auf die tiefer gelegenen, für Trockenheit anfälligen Regionen wie das Koblenz-Neuwieder-Becken, Rheinhessen oder den Oberrheingraben geblickt. Inzwischen leiden auch die rheinland-pfälzischen Mittelgebirgsregionen unter zu wenig Feuchtigkeit“, weiß der Klimaexperte. An-

gesichts des milden Winters und regenreichen Frühjahrs 2024 wird auch er gelegentlich mit der Bemerkung konfrontiert, der Klimawandel sei doch offenbar gar nicht so schlimm. „Die Erinnerung des Menschen verblasst schnell. Wir vergessen, welche Dürreperioden und Starkregenereignisse wir in den vergangenen Jahren hatten.“ So legte ein Pegelstand von gerade einmal 80 Zentimetern im Oktober 2018 die Schifffahrt auf dem Rhein weitgehend lahm, während lokaler Starkregen am 14. Juli 2021 zur Flutkatastrophe im Ahrtal führte.

Der Klimawandel ist kein regelmäßig verlaufender Prozess. Aber seine langfristige Entwicklung, maßgeblich ausgelöst durch die Emissionen in unserer Atmosphäre, ist vorerst nicht aufzuhalten. Vieles ereignet sich, ohne dass das menschliche Auge es erfassen kann. Trotz der jüngsten Regenmengen messen die Experten des Landesamtes für Umwelt im März 2024 einen Grundwasserspiegel knapp unterhalb des Normalbereichs. Denn in den vergangenen Jahren lag die Niederschlagsmenge wiederholt bis

in der Vergangenheit als klimastabil eingeordnet wurden, bekommen zunehmend Probleme.

Als Beispiel für klimawandelbedingte Gesundheitsgefährdungen nennt Matthes die Ausbreitung der Tigermücke in Deutschland. Populationen der aus dem Mittelmeerraum stammenden, tagaktiven Stechmücke gibt es mittlerweile in Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg und Hessen. „Man kann nach jetzigem Stand nur hoffen, dass die Tigermücke keine Krankheiten einschleppt“, sagt Matthes.

Aus vielen Puzzleteilen setzt er mit seinem Team das Klimaszenario der Zukunft zusammen. Daten des Deutschen Wetterdienstes (DWD), der europaweiten Initiative Euro-Cordex, des Weltkli-

maberichts und des Satellitenprogramms Copernicus werden mit einem beträchtlichen Rechenaufwand gebündelt. Für die Zukunft kann sich Matthes den verstärkten Einsatz von Künstlicher Intelligenz zur Datenauswertung gut vorstellen. „Für unsere Wirkmodellierung wäre KI sicherlich eine Bereicherung. Sie könnte uns helfen, Muster, Strukturen, Übertragbarkeiten und Plausibilitäten besser festzustellen.“

Er glaubt, dass Gesellschaft und Politik die Zeichen der Zeit erkannt haben. „Die Strategien und Maßnahmen sind definiert. Jetzt müssen wir intensiv an der Umsetzung arbeiten.“

Weitere Informationen:
www.klimawandel-rlp.de

Zur Person



Dr. Ulrich Matthes (57), Forstwissenschaftler und Diplom-Forstwirt, wurde in Bayreuth geboren. Er studierte Forstwissenschaft in München und promovierte 1998 nach einem Referendariat bei der Bayerischen Staatsforstverwaltung. Von 2001 bis 2010 führte Matthes den Sachbereich Waldlandschaftsökologie an der Forschungsanstalt für Waldökologie und Forstwirtschaft Rheinland-Pfalz und übernahm dann im September 2010 die Leitung des neu gegründeten **Rheinland-Pfalz Kompetenzzentrums für Klimawandelfolgen**.

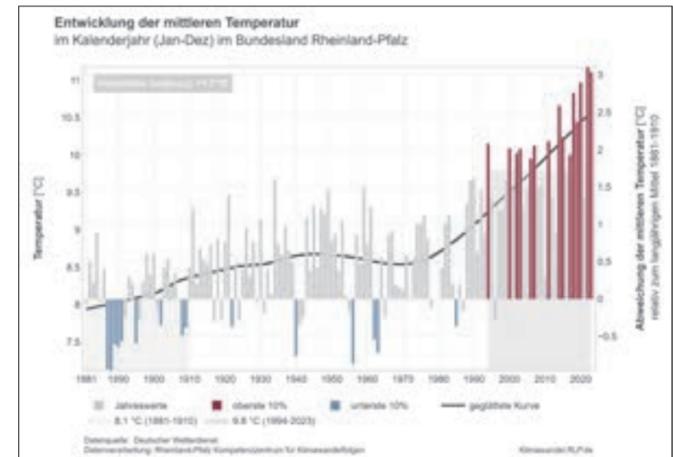
Foto: Rheinland-Pfalz Kompetenzzentrum für Klimawandelfolgen

„Die Erinnerung des Menschen verblasst schnell. Wir vergessen, welche Dürreperioden und Starkregenereignisse wir in den vergangenen Jahren hatten.“

Dr. Ulrich Matthes, Leiter des Rheinland-Pfalz Kompetenzzentrums für Klimawandelfolgen

zu 50 Prozent unter dem Normalwert. Der Klimawandel hat zudem zu einem deutlich höheren Verdunstungsgrad geführt. Die Trockenheit kommt nach einem kräftigen Regen schneller als früher an die Oberfläche zurück. Untersuchungen zeigen, dass bis zu 40 Prozent des Niederschlags den Boden gar nicht erst erreicht, sondern bereits auf Laub oder Nadeln verdunstet. Das erklärt auch, warum nach Regenperioden vergleichsweise schnell wieder vor Waldbrandgefahr gewarnt wird. Selbst Baumarten wie die Buche, die Eiche oder die Douglasie, die

Temperaturentwicklung in Rheinland-Pfalz



Die Grafik zeigt die Temperaturentwicklung in Rheinland-Pfalz von 1881 bis 2023. Die Säulen stehen für die absolute Temperatur der einzelnen Jahre und die Abweichung vom Mittel. Daraus resultiert ein Temperaturanstieg von 1,7 Grad seit 1881, wobei 2022 das bisher wärmste Jahr in Rheinland-Pfalz war. Die wärmsten Jahre (obere 10 Prozent) sind rot, die kältesten Jahre (untere 10 Prozent) blau eingefärbt.

Grafik: Daten vom DWD, aufbereitet vom Rheinland-Pfalz Kompetenzzentrum für Klimawandelfolgen

Mit der Wende zum Ziel



Rheinland-Pfalz will bis zum Jahr 2030 einen Ökostromanteil von 100 Prozent erreichen. Der Ausbau von Photovoltaikanlagen erlebt derzeit einen Boom. Im Jahr 2023 wurden im Land 965 Megawatt Leistung zugebaut. Insgesamt wurden somit im gleichen Jahr 4124 Megawatt Strom aus Sonnenenergie produziert.

Foto: 2rogan/stock.adobe.com

Bewusstseinswandel Kaum ein Vorhaben ist so ehrgeizig wie die Energiewende. Die Energieagentur Rheinland-Pfalz hat als Einrichtung des Landes den Auftrag, den Klimaschutz voranzubringen. Sie unterstützt deshalb Kommunen bei ihren Klimaschutzvorhaben und begleitet sie bis zur Umsetzung.

Von Hans-Rolf Goebel

Wo steht Rheinland-Pfalz bei Energiewende und Klimaschutz? Ist das Ziel, die Treibhausgasemissionen bis 2050 um mindestens 90 Prozent (gegenüber 1990) zu reduzieren, erreichbar? „Die Energiewende ist ein überaus ehrgeiziges und komplexes Projekt“, sagt Dr. Tobias Büttner, Geschäftsführer der Energieagentur Rheinland-Pfalz. „Dabei geht es nicht nur um Strom, sondern auch um Wärme und Verkehr. Und bei Strom nicht nur um Erzeugung, sondern auch um Netze und Speicher. Der damit verbundene Investitionsbedarf ist immens und der zeitliche Rahmen aufgrund der Notwendigkeit der Treibhausgasneutralität bis Mitte des Jahrhunderts sehr kurz bemessen.“ Die Energieagentur Rheinland-Pfalz ist für die Kommunen, wenn sie Klimaschutzmaßnahmen durchführen, ein wichtiger Ratgeber und Unterstützer. Sie führt die Kommunen wie ein Lotse durch alle Förderszenarien des Landes und berät sie beim bestmöglichen Einsatz der Gelder und der konkreten Umsetzung der Maßnahmen.

Den Rahmen für diese Förderungen setzt die von der Landesregierung im Jahr 2022 ins Leben gerufene kommunale Klimaof-

fensive, deren zentrale Bausteine das Kommunale Investitionsprogramm Klima und Innovation (KIPKI) und der Kommunale Klimapakt (KKP) sind.

Der Energieagentur kommt bei der Umsetzung des umfangreichen Maßnahmenbündels eine Schlüsselrolle zu. Sie unterstützt die Kommunen beispielsweise, wenn es um die Errichtung von Wind- oder Solarparks, den Bau von Wärmenetzen mit erneuerbaren Energien als Wärmequelle oder um nachhaltige Gewerbegebiete geht, bei denen Photovoltaikanlagen auf versiegelten Flächen eingesetzt werden. Konkret hilft die Landesenergieagentur bei der neutralen Analyse der Ausgangslage, wirkt bei der Konzipierung mit und unterstützt bei der Bauleitplanung und der Klärung technischer Fragen.

Ein wichtiges Beratungsgebiet der Energieagentur sind zudem sogenannte interkommunale Solidarpakte, bei denen beispielsweise die Vorteile eines Windparks auf Ebene einer Verbandsgemeinde gerecht verteilt werden. Übergeordnetes Ziel ist es, in den öffentlichen Liegenschaften erheblich weniger Heizenergie und elektrische Energie zu verbrauchen. Zudem soll vor Ort deutlich mehr Strom und Wärme aus erneuerbaren Energien produziert werden. Dank elektrischer Antriebe werden die Energieverbräuche und Mobilitätskosten in den Fuhrparks der Kommunen erheblich gesenkt. Und auch die Bürgerinnen und Bürger profitie-

ren unmittelbar von KIPKI-Projekten, zum Beispiel durch Zuschüsse für Balkonkraftwerke. Die Verbandsgemeinde Diez macht vor, wie man die Energiewende in einer Kommune wirkungsvoll gestalten kann. Sie hat Fahrpläne zur effizienten Wärmedämmung ihrer Grundschulen und Turnhallen erstellen lassen und setzt hierbei zunächst auf die energetische Sanierung der Gebäudehüllen. Durch die Wärmedämmung oberster Geschossdecken, Außenwänden sowie den Tausch von Fenstern und Türen soll zunächst der Heizenergiebe-



Eine effiziente Wärmedämmung spart Energie. So hat die Verbandsgemeinde Diez beschlossen, mit Hilfe von Fördergeldern aus dem Kommunalen Investitionsprogramm Klima und Innovation (KIPKI) und der Unterstützung der Energieagentur Rheinland-Pfalz eine energetische Sanierung all ihrer Grundschulen und Turnhallen in Angriff zu nehmen.

Foto: Ingo Bartus-sek/stock.adobe.com

darf gesenkt werden. Bevor in späteren Schritten die Heizungen durch Wärmepumpen ersetzt werden, sollen zunächst die bestehenden Heizungen optimiert werden. Diez will mit diesen Maßnahmen dem Ziel näherkommen, bis zum Jahr 2035 einen klimaneutralen Gebäudebestand zu haben. Für die Finanzierung hat die Verbandsgemeinde vorgese-

hen, neben den zugesagten KIPKI-Mitteln (etwa 735 000 Euro) weitere Fördermittel vom Bund zu beantragen und selbst knapp 690 000 Euro für den ersten Sanierungsschritt zu investieren. Die baulichen Maßnahmen werden derzeit zum Teil schon umgesetzt, andere Teilvorhaben werden im Jahr 2024 geplant, um sie dann 2025 durchzuführen.

le wurden deutlich übertroffen. Bei Windenergie an Land bleiben die Inbetriebnahmen noch hinter den Zielen zurück, aber die Zahl der Genehmigungen ist zuletzt

stark gestiegen. Das gilt gleichermaßen bundesweit wie für Rheinland-Pfalz. Alles in allem sind wir gut unterwegs“, meint der Agenturchef.

Zur Person



Dr. Tobias Büttner ist seit Juli 2022 Geschäftsführer der **Energieagentur Rheinland-Pfalz**. Der promovierte Jurist war zuvor in unterschiedlichen Führungspositionen beim Rückversicherer MunichRe in München tätig. In der Vergangenheit hat er sich intensiv mit den Herausforderungen des Klimawandels und mit innovativen klimaneutralen Technologien im Energiebereich befasst. Die Energieagentur Rheinland-Pfalz hat 120 Mitarbeitende.

Foto: Energieagentur Rheinland-Pfalz

„In meiner Wahrnehmung ist die Dringlichkeit, die Erderwärmung auf ein vertretbares Maß zu beschränken, bei der überwiegenden Mehrheit der Menschen angekommen, und natürlich auch in den Kommunalverwaltungen.“

Dr. Tobias Büttner, Geschäftsführer der Energieagentur Rheinland-Pfalz

ren unmittelbar von KIPKI-Projekten, zum Beispiel durch Zuschüsse für Balkonkraftwerke.

Die Verbandsgemeinde Diez macht vor, wie man die Energiewende in einer Kommune wirkungsvoll gestalten kann. Sie hat Fahrpläne zur effizienten Wärmedämmung ihrer Grundschulen und Turnhallen erstellen lassen und setzt hierbei zunächst auf die energetische Sanierung der Gebäudehüllen. Durch die Wärmedämmung oberster Geschossdecken, Außenwänden sowie den Tausch von Fenstern und Türen soll zunächst der Heizenergiebe-

darf gesenkt werden. Bevor in späteren Schritten die Heizungen durch Wärmepumpen ersetzt werden, sollen zunächst die bestehenden Heizungen optimiert werden. Diez will mit diesen Maßnahmen dem Ziel näherkommen, bis zum Jahr 2035 einen klimaneutralen Gebäudebestand zu haben. Für die Finanzierung hat die Verbandsgemeinde vorgese-

Die Förderlandschaft

Die **Landesregierung** hat 2022 die **kommunale Klimaoffensive** ins Leben gerufen. Bausteine sind das kommunale Investitionsprogramm **Klima und Innovation (KIPKI)** und der **Kommunale Klimapakt (KKP)**.

KIPKI ist ein Förderprogramm mit einem Investitionsvolumen in Höhe von 250 Millionen Euro für kommunale Gebietskörperschaften in Rheinland-Pfalz. Jede kommunale Gebietskörperschaft erhält - gemessen an der Prokopf-Einwohnerzahl - einen bestimmten Betrag (rund 44 Euro). Diesen können sie für Investitionen in den Klimaschutz oder für Maßnahmen zur Klimafolgenanpassung nutzen. Ein Eigenanteil ist nicht nötig. Dazu stehen mehr als 60 Maßnahmen zur Auswahl. Alle 194 antragsberechtigten Kommunen im Land haben einen Förderantrag auf KIPKI gestellt und sind willens, die konkret genannten Projekte und Maßnahmen bis zum 30. Juni 2026 umzusetzen.

Der KKP bietet den teilnehmenden Kommunen eine maßgeschneiderte Beratung und Projektbegleitung durch

die Energieagentur Rheinland-Pfalz und das Kompetenzzentrum für Klimawandelfolgen. Ziel ist es, in den Kommunen das Engagement für den Klimaschutz und die Bewältigung der Folgen des Klimawandels zu forcieren. Der KKP startete im März 2023 mit den ersten 50 Kommunen.

Im Jahr 2023 hat die Energieagentur unter anderem 107 Initial- und 135 qualifizierte Beratungen zu Themen wie Ausbau der erneuerbaren Energien, Einführung und Ausweitung eines Energiemanagements, Klimaschutz in der Bauleitplanung und kommunale Wärmeplanung durchgeführt. Bei 56 qualifizierten Beratungen wurde festgestellt, dass sie Projektpotenzial haben.

Seit März 2024 fanden 45 Auftaktworkshops mit dem Ziel statt, bis Ende des Jahres 150 qualifizierte Beratungen durchzuführen und in mindestens 40 Kommunen eine Projektbegleitung in Gang zu setzen.

Weitere Informationen:
www.energieagentur.rlp.de

Ehrgeizig

und dynamisch

Limburg In der Kernstadt von Limburg entsteht mit dem Gemini Plaza ein Gebäudekomplex, der mit Blick auf die Energieeffizienz höchste Standards erfüllt und seinen künftigen Mietern eine erstklassige Verkehrsanbindung für den ÖPNV und das Auto bietet.



Das Büro- und Gewerbeobjekt Gemini Plaza, das in der Kernstadt von Limburg entsteht, wird über eine Fläche von 25 000 Quadratmetern verfügen. 500 Menschen werden dort ihren Arbeitsplatz finden. Hauptmieter werden das Finanzamt Limburg Weilburg und der Discounter Aldi sein.

Fotos: Müller und Müller-Gruppe

Von Hans-Rolf Goebel

Energieeffizienz ist das alles entscheidende Thema für die Immobilienbranche, weil sie Auswirkungen auf fast alle wesentlichen Faktoren des Bauens und Renovierens hat. Christoph Müller, der mit seinem Bruder Stephan die Geschäfte des Immobilieninvestors und Projektentwicklers Müller und Müller-Gruppe in Limburg führt, sieht den Immobilienmarkt unter großem Veränderungsdruck. „Die EU-Taxonomie und die zahlreichen nationalen gesetzlichen Vorgaben im Bereich Energieeffizienz haben unmittelbare Konsequenzen für die Kosten und die Nachfragesituation am Immobilienmarkt“, sagt er.

Die EU-Taxonomie-Verordnung beschreibt einen Rahmen, um umweltfreundliche und nachhaltige Wirtschaftstätigkeiten innerhalb der EU allgemeingültig zu klassifizieren. Solch klare Regeln und Definitionen bestanden vorher nicht. Christoph Müller und sein Bruder haben deshalb

für ihr aktuelles Projekt, das Gemini Plaza in Limburg, eine sehr grundlegende und weitreichende Entscheidung getroffen. „Obgleich der Baukostenzuschuss der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) von 22,5 Prozent für sogenannte KfW 40 EE-Neubauten ersatzlos weggefallen ist, haben wir beschlossen, das Gemini Plaza trotzdem auf der Basis dieser höchsten Standards zu konzipieren und zu bauen. Für uns ist diese Wertigkeit eine Investition in die Zukunft, weil wir fest daran glauben, dass sich Kompromisse nicht auszahlen, aber Qualität“, sagt Müller.

Die EE-Klasse in einem Gebäude wird erreicht, wenn erneuerbare Energien und/oder unvermeidbare Abwärme einen Anteil von mindestens 55 Prozent des für die Wärme- und Kälteversorgung erforderlichen Energiebedarfs erbringen. So muss beispielsweise eine Lüftungsanlage mit Wärmerückgewinnung eingebaut sein. „Man hat schnell das Nachsehen, wenn man nicht höchsten Ansprüchen genügt. So setzen wir zum Beispiel auf Drei-

fachverglasung, auf hocheffiziente Isolierung, auf Deckensegel, die Kühlung und Heizung regulieren, und vieles mehr“, sagt Müller.

Das Projekt Gemini Plaza bietet auf 25 000 Quadratmetern neben den KfW 40 EE-Standards noch zahlreiche weitere Vorzüge, die



Es geht voran auf der Baustelle. Im dritten Quartal 2025 soll das hochmoderne und energieeffiziente Gebäude nach den hohen KfW 40 EE-Standards fertiggestellt sein. Die Planung für die Immobilie begann bereits 2018.

Parkplätzen versorgt. Gut 500 Menschen werden dort nach Fertigstellung arbeiten.

Die Planung für das Gebäude in der Innenstadt von Limburg begann bereits im Jahr 2018. Diese lange Vorlaufphase ist dringend erforderlich angesichts der Vielzahl komplexer Vorbereitungen, die für ein solches Projekt getätigt werden müssen. Schon während des frühen Planungsstadiums werden Sondierungsgespräche mit potenziellen Mietern geführt. „Bei Immobilienprojekten dieser Größenordnung ist es Grundvoraussetzung, auch für die Zusammenarbeit mit den Banken, dass bereits vor Baubeginn belastbare Mietverträge ausgehandelt werden. Niemand baut einen solchen Komplex auf Lager und sucht sich dann seine Mieter. Das wäre wirtschaftlich leichtfertig“, sagt der Bauherr. Ausschlaggebend sind dabei die Bonität des Mieters und die Laufzeit der Mietverträge. Beide Bedingungen waren für das Gemini Plaza früh erfüllt. Das Finanzamt Limburg Weilburg wird nach Fertigstellung des Gebäudes im 3. Quartal 2025 dort einziehen. Und der Discounter Aldi steht mit einer neuen Filiale als weiterer Mieter bereits fest.

Parallel zu den erfolgversprechenden Verhandlungen mit den künftigen Mietern sind die eigentlichen Bauvorbereitungen schon im Gange. Ein Bebauungsplan (B-Plan), der auch die spezifischen Mieterwünsche berücksichtigt, wird erstellt und die Vereinbarkeit mit dem örtlichen Baurecht überprüft. Architektur, technische Gebäudeausstattung, Bauantrag, Finanzierung und Absprachen mit Magistrat und Regierungspräsidium müssen in trockene Tücher gebracht werden. Bei der Müller und Müller-Gruppe laufen zwar alle Fäden zusammen, aber bei Planung und Umsetzung stützen sich die Brüder auf erfahrene externe Fachleute für Projektsteuerung und Bauleitung sowie auf diverse Ingenieure unterschiedlicher Fachrichtungen.

Stillstand kennen Christoph und Stephan Müller nicht. Schon jetzt planen sie den nächsten Schritt. Dann soll unweit vom Gemini Plaza in ähnlichem Design ein zweiter Gebäudekomplex entstehen – diesmal nicht für gewerbliche Zwecke, sondern für Wohnungen auf ebenfalls höchstem energetischen und technischen Niveau.

„Bei Immobilienprojekten dieser Größenordnung ist es Grundvoraussetzung, auch für die Zusammenarbeit mit den Banken, dass man vor Baubeginn bereits belastbare Mietverträge ausgehandelt hat. Niemand baut einen solchen Komplex einfach auf Lager und sucht sich dann seine Mieter. Das wäre wirtschaftlich leichtfertig.“

Christoph Müller, Inhaber und Geschäftsführer der Müller und Müller-Gruppe, Limburg

es für die Mieter attraktiv macht. Zeitloses Design, Barrierefreiheit, E-Ladesäulen, einen direkten Zugang zum ÖPNV und einen Anschluss an die Bundesstraße in Richtung Autobahn. Das Gemini Plaza ist unweit der Limburger Altstadt in ein Mischgebiet mit Geschäften und Gastronomie integriert und mit ausreichend

Zur Person



Die Müller und Müller-Gruppe ist ein unabhängiger Immobilieninvestor mit Sitz in Limburg, der bundesweit in unterschiedliche Immobiliertypen investiert und mit mehreren Unternehmen bereits seit 20 Jahren tätig ist.

Inhaber und Geschäftsführer sind die Brüder Christoph (links) und Stephan Müller (rechts).

Die Gruppe verfügt über ein breit aufgestelltes Immobilienportfolio aus den Bereichen Einzelhandel, Büros und wohnwirtschaftlich genutzter Objekte.

EIN JAHR WIRTSCHAFT CAMPUS

Lernen Die digitale Plattform feierte ihren ersten Geburtstag und blickte zurück auf ein Jahr innovative Fortbildungen, tiefgründige Podcasts und anregende Online-Talks. Zu diesem Anlass hatte die Rhein-Zeitung zu einem Jahresevent im Medienzentrum in Koblenz eingeladen.

Von Gudrun Heurich

In zwölf erfolgreichen Monaten stellte die im April 2023 ins Leben gerufene digitale Plattform WIRTSCHAFT Campus – in Zusammenarbeit mit den Rechtsexperten der Kanzlei Martini Mogg Vogt – regelmäßig spannende und für die mittelständische Wirtschaft relevante Themen vor und informierte über aktuelle Hintergründe. Das Programm des Campus-Jahresevents setzte den Anspruch an hochkarätige Wissensvermittlung fort.

Als erster Speaker gab Lars Hennemann, Chefredakteur der Rhein-Zeitung, Einblicke in die Digitalisierung des Verlagswesens. Die Rhein-Zeitung sei sich bewusst, dass sie eine hohe Relevanz und Verantwortung für die

Gesellschaft habe, sie verbinde regionale Nähe und globales Verständnis, sagte er. „Der Mittelrhein-Verlag steht mit allen Produkten für das, was die Gesellschaft auch in schwierigen Zeiten zusammen hält.“ Daher habe die Zeitung Zukunft – mehr denn je. Sie werde zudem immer mehrschichtiger und auch konsequent digitaler, ohne dass sie dafür ihre Tradition verleugne. „Zeitung muss auch weiterhin ihre elementar wichtige Funktion für jede freie Gesellschaft ausüben und über Tatsachen berichten können. Denn, was wahr ist, muss wahr bleiben.“ Die RZ plane, in der Zukunft auch KI (Künstliche Intelligenz) einzusetzen. Alle mit KI erzeugten Inhalte würden kenntlich gemacht.

Der Geschäftsführer der rz-Media, Evangelos Botinos, refe-



RZ-Chefredakteur Lars Hennemann informierte die Gäste zum Thema „Zukunft Zeitung“ und stellte die Bedeutung für Gesellschaft und Wirtschaft heraus. Fotos: rz-Media

rierte zum Thema „Dreiklang der Werbevermarktung bei rz-Media“. Auch er beschrieb, dass sich die Zeitung mitten in der digitalen Transformation befinde und sich nicht nur auf Printprodukte beschränke: „Wir sind der Exklusivvermarkter der Rhein-Zeitung und ihrer Heimatausgaben und gleichzeitig Problemlöser für unsere Kunden“, betonte er. Dafür würden crossmediale Lösungen und spezielle Dienstleistungen erarbeitet, die auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmt sind. Dazu gehören Kommunikations- und Erlebnisangebote sowohl in gedruckter Form als auch digital, Live-Events sowie Messen. „Mit der Kombination aus bewährten Methoden und neuen Ideen ge-

Anforderungen an die Beratung im 21. Jahrhundert seien massiv gestiegen: Datenschutzgrundverordnung (DSGVO), Hinweisgeberschutzgesetz, Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, ESG-Richtlinien, Gesetz zur Modernisierung des Personengesellschaftsrechts (MoPeG) oder Gesetz zur Umsetzung der Umwandlungsrichtlinie (UmRUG) seien nur einige der anspruchsvollen gesetzlichen Vorschriften, die auf Unternehmen einstürzten, und die eine hohe Beratungskompetenz erforderten. Hier könnten moderne Techniken wie KI zwar helfen, aber sie können nicht individuell agieren. Ineinander greifende Gesetze setzen die Expertise von Rechtsanwälten, Steuerberatern und anderen Spezialisten voraus. „Unser Bestreben, uns für den Mittelstand einzusetzen, ist

Die Idee zum WIRTSCHAFT Campus

In jedem Unternehmen steckt die Erfahrung von Menschen, die es prägen. Daraus ergibt sich ein Wissensschatz, der in der Regel nur einer bestimmten Gruppe zur Verfügung steht. Die Initiatoren von WIRTSCHAFT Campus machten es sich zum Ziel, vorhandenes Know-how bestmöglich zu teilen und damit weiter zu entwickeln. So entstand der WIRTSCHAFT Campus, eine Plattform, auf der sich Unternehmen austauschen und so voneinander profitieren können.

Der Vergleich der unterschiedlichen Vermögensanlagen. In der Finanzplanung wendet die Kanzlei das Böker & Paul Prinzip an. „Es berücksichtigt alle privaten, unternehmerischen, finanziellen, familiären und regionalen Gesichtspunkte eines Mandats“, so Paul.

rz-Live Leiter Robin Lindner, der die Veranstaltung moderierte, wagte zum Schluss einen Blick in die Zukunft: „Neben der Feier unseres ersten Geburtstags schauen wir bereits gespannt auf das kommende Jahr. Themen wie effektiver Datenschutz und Mitarbeiterbeteiligungsmodelle stehen schon auf der Agenda. Bleiben Sie also mit WIRTSCHAFT Campus am Puls der Zeit und sichern Sie sich Ihren Vorsprung durch Wissen.“

„Der Mittelrhein-Verlag steht mit allen Produkten für das, was die Gesellschaft auch in schwierigen Zeiten zusammen hält.“

Lars Hennemann, Chefredakteur der Rhein-Zeitung

hen wir auch den Weg der Digitalisierung.“ Der Umsatz der Rhein-Zeitung setze sich derzeit zusammen aus 75 Prozent Print, 10 Prozent eigenes Digitalportfolio, 10 Prozent Mandanten und 5 Prozent Events und Messen.

Georg Moesta, geschäftsführender Partner von Martini Mogg Vogt und Partner der Veranstaltungsreihe WIRTSCHAFT Campus, ließ das erste Campus-Jahr und die Relevanz der behandelten Themen Revue passieren. Die

gleichzeitig Ansporn für die weitere Zusammenarbeit mit dem Mittelrhein-Verlag als führendem Medienhaus“, verspricht Moesta.

Den Schlusspunkt der Vortragsreihe setzte Thomas Paul, Vorstand der Böker & Paul AG. „Sicherheit für Familie und Vermögen – Unternehmer handeln jetzt!“ lautete sein Referat. Er vermittelte einen Einblick und eine Einordnung der aktuellen Situation in den Kapitalmärkten. Dazu stellte er Vermögensverwal-



Georg Moesta, geschäftsführender Partner von Martini Mogg Vogt und Partner der Veranstaltungsreihe, blickte zurück auf ein erstes erfolgreiches WIRTSCHAFT-Campus-Jahr.

Die Themen im ersten Jahr WIRTSCHAFT Campus

Interviews, Podcasts, Videos, Online-Talk und Berichte in der RZ WIRTSCHAFT befassen sich mit den Top-Themen für den Mittelstand:

- Der Letzte Wille zählt: Eine frühzeitige Planung ermöglicht es, den eigenen **Nachlass** gemäß der persönlichen Vorstellungen zu gestalten und zu regeln.
- Gravierende Auswirkungen bei Datenschutzverstößen: **Effektiver Datenschutz** in Unternehmen kann hohe Bußgelder verhindern.
- Strategische Transaktionen im Fokus – Online-Talk: Experten im Gespräch über aktuelle Trends beim **Kauf und Verkauf mittelständischer Unternehmen**.
- „Echt“ oder virtuell? **Mitarbeiterbeteiligungsmodelle** im Überblick – Moderne Wege, hochqualifizierte Mitarbeiter an Unternehmen zu binden.

- Künstliche Intelligenz** transformiert die Arbeitswelt – Podcast: KI beeinflusst die Art, wie wir leben und arbeiten. Rechtliche Konsequenzen im Umgang mit Künstlicher Intelligenz.
- Expertenwissen **Arbeitsrecht**: Erklärung arbeitsrechtlicher Fragen.
- Krise am Bau?**: Während viele Branchen der aktuellen Rezession mit gut gefüllten Auftragsbüchern trotzten, steigen Insolvenzen in der Bauwirtschaft spürbar. Experten informieren.
- Bleibt alles anders – **Unternehmensumwandlungen und Umstrukturierungen**: Es gibt vielfältige Gründe für eine Unternehmensumwandlung.
- Whistleblower erhalten rechtlichen Schutz: Unternehmen müssen **Hinweisgebersystem** einführen.



Nach dem informativen Vortragsprogramm ließen die Gäste bei einem Get-Together das Jahresevent ausklingen. Bei Cocktails und Flying Buffet ließ es sich entspannt netzwerken.



Vor allem im Profisport wird Sponsoring eingesetzt. Hier werden hohe Beträge investiert, die meisten fließen mit Abstand in den Fußball.

Foto: Dobok/stock.adobe.com

Unterstützen und Steuern sparen

Sponsoring Das Marketinginstrument ist bei Unternehmen beliebt. Denn im Gegensatz zu einer Spende erhält der Sponsor eine vertragliche Gegenleistung. Zum Beispiel Werberechte oder eine Platzierung des Firmenlogos auf Werbeträgern und in Medien.

Von Gudrun Heurich

Sponsoringmaßnahmen sind eine besondere Form der Öffentlichkeitsarbeit. Ein Unternehmen kann zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen: Es unterstützt förderungswürdige Personen, Vereine oder Organisationen und verbessert gleichzeitig sein Unternehmensimage. Damit kann es Gutes tun und darüber reden.

„Der wirtschaftliche Vorteil für den Sponsor besteht darin, dass er durch die öffentliche Nennung und die Verwendung seines Namens, Logos oder anderer Kennzeichen auf Produkten oder in

Medien seine Bekanntheit und sein Ansehen verbessern kann“, bestätigt Ralph Neumann, Wirtschaftsprüfer und Steuerberater bei Hilger, Neumann und Partner in Andernach/Koblenz. „Darüber hinaus können die Aufwendungen des Sponsors als Betriebsausgaben abgezogen werden. Dafür müssen die Leistungen nicht notwendigerweise gleichwertig sein.“

Grundsätzlich ist Sponsoring an kein bestimmtes Segment oder eine Form gebunden. Es reicht von Sport, Kunst und Kultur über den Sozial- und Ökoberreich bis zur Wissenschaft. Im Sport gibt es beispielsweise die Möglichkeit, das Markenlogo oder den Namen des

Unternehmens auf Produkten, Werbepostern, Eintrittskarten, Sportkleidung oder in der Werbung für Sportveranstaltungen abzubilden. Auch Einzelpersonen wie bekannte Sportler können gesponsert werden und komplett mit Kleidung und Ausrüstung mit Firmenlogos ausgestattet werden.

Vor allem im Profisport ist Sponsoring zu einem lukrativen Geschäft geworden, bei dem es um sehr hohe Beträge geht. Rund vier Milliarden Euro werden für Sponsoring im Sport in Deutschland jährlich ausgegeben. Der größte Anteil der Investitionen fließt mit Abstand in den Fußball, gefolgt vom Motorsport und dem Basketball. Im Kulturbereich sind



Foto: gustavofraza/stock.adobe.com

insbesondere Musikfestivals von großer Bedeutung. Die meisten Sponsoringpartner für Kultureinrichtungen sind Banken und Versicherungen mit einem Anteil von rund 64 Prozent (Zahlen: statista). Sie fördern damit ein niveauvolles Image und machen sich ausgedehnten Kreisen und Zielgruppen bekannt. Sponsoring im Sozial- oder Umweltbereich kommt gemeinnützigen Projekten zugute, zum Beispiel sozialen Einrichtungen, Institutionen und Hilfsorganisationen oder auch Umweltschutzorganisationen. Das Unternehmen gibt sich damit einen sozialen Touch.

Doch wie müssen Unternehmen vorgehen, die sich mit dem Gedanken tragen, Sponsor zu werden? Ralph Neumann erklärt: „Ein Unternehmen wird Sponsor, indem es einen Sponsoringvertrag mit einem Empfänger wie einer gemeinnützigen Körperschaft oder einem Sportverein abschließt. In diesem Vertrag werden die Art und der Umfang der Leistungen des Sponsors sowie die Gegenleistungen des Sponsors festgelegt. Der Sponsor verpflichtet sich typischerweise zur Zahlung von Geld oder zur Erbringung geldwerter Leistungen, während der Gesponserte im Gegenzug Werbeverpflichtungen übernimmt, um die Produkte oder Dienstleistungen des Sponsors bekannter zu machen.“

Steuerliche Behandlung

Mit dem Vertrag kann der Sponsor steuerlich abzugsfähige Betriebsausgaben geltend machen. Laut dem Sponsoringerlass der Finanzverwaltung vom 18.02.1998 kommt es für die Berücksichtigung der Aufwendungen als Betriebsausgaben nicht darauf an, ob die Leistungen notwendig, üblich oder zweckmäßig sind; die Aufwendungen dürfen auch dann als Betriebsausgaben abgezogen werden, wenn die Geld- oder Sachleistungen des Sponsors und die ertragsteuerliche Behandlung mit den erstrebten Werbezielen für das Unternehmen nicht gleichwertig sind. Bei einem krassem Missverhältnis zwischen den Leistungen des Sponsors und dem erstrebten wirtschaftlichen Vorteil ist der Betriebsausgabenabzug allerdings zu versagen.

Zuwendungen des Sponsors, die keine Betriebsausgaben sind, sind als Spenden zu behandeln, wenn sie zur Förderung steuerbegünstigter Zwecke freiwillig oder aufgrund einer freiwillig eingegangenen Rechtspflicht erbracht werden, kein Entgelt für eine bestimmte Leistung des Empfängers sind und nicht in einem tatsächlichen wirtschaftlichen Zusammenhang mit dessen Leistungen stehen.

Geeignete Sponsoringpartner finden

Wie kommen Sponsoren und Gesponserte zusammen? Vereine aus dem Breitensport können Unternehmen aus der Region ansprechen. Auch Unternehmen, die Sponsor werden möchten, können auf ihre Netzwerke zurückgreifen oder Mitarbeitende befragen, die selbst im Vereinssport, in der Kultur oder im Sozialbereich aktiv sind.

Viele Sportvereine bieten auf ihrer Website Sponsorenpakete an. Bei der Anfrage sollte das Unternehmen die Zielgruppe und die eigenen Ziele zur Imageverbesserung im Auge behalten. Besonders im Kulturbereich ist das Zusammenspiel der geförderten Veranstaltung zu den eigenen Unternehmensaussagen oder dem Produktportfolio wichtig. Inhaltlich oder gesellschaftlich relevante Aussagen in Auführungen könnten kritisch sein.

Zudem sollte beachtet werden, ob es Bedingungen oder Einschränkungen für das Sponsoring gibt. Auch Fragen nach Lizenzen, Alleinstellungsmerkmalen, Zielgruppendefinitionen, Infrastrukturfaktoren und Werbereichweiten sollten mit dem Gesponserten geklärt werden.



Ralph Neumann ist Wirtschaftsprüfer und Steuerberater bei Hilger, Neumann und Partner in Andernach/Koblenz.

Foto: Stephan Gawlik/HNP

Partner werden von
#REGION56+

**Stärken Sie Ihr
 Employerbranding!**

Setzen Sie auf die Destinationsmarke Region56+ als aktiven Verstärker und Katalysator für Ihre HR-Arbeit.

**Profitieren Sie persönlich
 als Unternehmer!**

Knüpfen Sie wertvolle Kontakte in einem starken Entscheider-Netzwerk, geprägt von pragmatischem und positivem Miteinander.

„Wir bei der EWM sind davon überzeugt, dass die Regionen im nördlichen Rheinland-Pfalz nur gemeinsam als attraktiver Wirtschaftsraum wahrgenommen werden. Unter dem Dach R56+ können wir unsere Stärken bündeln.“

Susanne Szczesny-OBing
 Vorsitzende der Geschäftsführung der EWM GmbH



„Durch die Stärkung unseres Bildungsstandortes profitieren alle Beteiligten der Initiative von einem gut ausgebildeten Nachwuchs.“

Thomas Brahm
 Vorstandsvorsitzender, Debeka



„Wir befinden uns in einer Region der Chancen. Das müssen wir den Menschen, die hier leben, arbeiten und studieren immer wieder vor Augen führen.“

Jens Geimer
 Geschäftsführer, Westerwald-Brauerei H. Schneider GmbH & Co. KG



„Bereits heute ist zu erkennen, dass die R56+ eine kraftvolle Bewegung mit bedeutenden Arbeitgebern ist, die sich für die Region einsetzen.“

Matthias Nester
 Vorstandsvorsitzender, Sparkasse Koblenz



Christian Schröder und **Christian Kassner**
 Geschäftsführer

02 61 / 10 65 60 • info@region56plus.de

Wir sind R56+



region56plus.de



Bei einer Wirtschaftsreise nach Südkorea hatten Winzer aus Rheinland-Pfalz die Gelegenheit, den Gastgebern ihre Weine näher zu bringen.

Foto: AHK Südkorea

Von Rheinland-Pfalz in die ganze Welt

Auslandsmärkte So werden Unternehmen beim Anbahnen und Erweitern von Auslandsgeschäft unterstützt.

Von Rainer Claaßen

Deutschlands wirtschaftlicher Erfolg basiert zu wesentlichen Teilen auf dem Export. Das gilt auch für Rheinland-Pfalz. Laut den aktuellen Zahlen vom Statistischen Landesamt wurden im vergangenen Jahr Waren im Wert von 59,4 Milliarden Euro aus Rheinland-Pfalz ins Ausland geliefert. Das sind zwar 3,4 Prozent weniger als im Vorjahr – allerdings wurde 2022 mit 61,5 Milliarden auch der bisherige Rekord erzielt. Mit 43,9 Prozent haben die Vorleistungsgüter den größten Anteil an den Exporten, gefolgt von Investitionsgütern mit 30,3 Prozent. Gerade in Anbetracht der derzeit angespannten Lage denken viele Unternehmen darüber nach, neue Märkte zu erschließen. Ein Blick ins Ausland kann sich da durchaus lohnen – auch für Branchen, die bisher vorrangig im näheren Umfeld agiert haben. Und den Weg zum Auslandsgeschäft muss niemand allein gehen.

Unterstützung durch das Land Die Initiative RLP-International, die vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft

und Weinbau geleitet wird, bietet eine breite Palette an Hilfen auf dem Weg zu belastbaren Auslandskontakten. Im Rahmen von Wirtschaftsreisen, Fachseminaren oder digitalen Wirtschaftsreisen erhalten teilnehmende Unternehmen umfassende Informationen zu dem jeweiligen Zielmarkt. Kooperationspartner im Zielland stellen Kontakte zu potenziellen Geschäftspartnern und anderen relevanten Ansprechpartnern her. Dabei wird auf die individuellen Profile und Bedürfnisse der jeweiligen Unternehmen eingegangen.

Betreute Wirtschaftsreisen stellen einen besonders effizienten Schwerpunkt dieser Tätigkeiten dar. Im Mittelpunkt stehen dabei Kooperationsgespräche mit Unternehmen im Zielland. Diese werden für jedes teilnehmende Unternehmen in Kooperation mit Dienstleistern – etwa deutsche Auslandsdienstleistungsbüros oder Beratungsunternehmen – im Zielland individuell organisiert.

Vor einer Reise übermitteln die teilnehmenden Unternehmen per Fragebogen und Videocall die individuellen Außenhandelsziele im Zielland mit. Der vom Ministerium beauftragte Dienstleister stellt in enger Abstimmung individuelle Termine für die teilnehmenden Unternehmen zusammen.

Zusätzlich zu diesen individuellen B2B Gesprächen beinhalten Wirtschaftsreisen ein Briefing über die wirtschaftliche Situation im Land und die Geschäftsmöglichkeiten. Außerdem gibt's Netzwerktreffen zum Knüpfen und Vertiefen von Kontakten sowie Besichtigungen von relevanten Unternehmen. Oft werden auch wertvolle Kontakte in die Politik des Ziellandes geknüpft.

Matthias Kuhl ist Geschäftsführer der Premosys GmbH aus Kalenborn-Scheuern in der Eifel. Das Unternehmen liefert optoelektronische Messsysteme an Kunden auf der ganzen Welt. Er hat schon an vielen Wirtschaftsreisen teilgenommen und ist mit

den Resultaten sehr zufrieden. „Wichtig ist, dass man selbst eine klare Vorstellung davon hat, welches Geschäft man anstrebt, und mit welcher Ebene man im jeweiligen Gastunternehmen sprechen möchte. Die Unterstützung durch RLP-International und die Partner ist sehr hilfreich. Um aus den so geknüpften Kontakten auch langfristige Geschäftsbeziehungen erwachsen zu lassen, muss man sich natürlich auch selbst engagieren“, sagt er.

Geringe Kosten

Bei Wirtschaftsreisen und Fachseminaren tragen teilnehmende rheinland-pfälzische Unternehmen lediglich den Reisekostenanteil (Flug, Hotel, Verpflegung und Transfers vor Ort). Die Kosten der Organisation des Programms trägt das Land Rheinland-Pfalz im Rahmen der Außenwirtschaftsförderung nach der De-minimis-Bethilfe. Auch in Zeiten der digi-



Gruppenbriefings wie hier bei einem Besuch in Malaysia sind fester Bestandteil der Wirtschaftsreisen. Dabei werden wichtige Informationen über das Land weitergegeben.

Foto: Wirtschaftsministerium RLP

talenen Kommunikation sind persönliche Begegnungen ein wichtiger Bestandteil der Kundenakquise. Deshalb unterstützt RLP-International auch den Auftritt bei Auslandsmessen. So präsentierten etwa 19 Unternehmen aus dem Bundesland im April 2024 auf der ProWine in Tokio ihre Weine. Im Rahmen einer geförderten Bundesbeteiligung gab es dort einen Gemeinschaftsstand. Ergänzt wurde das Angebot durch ein Netzwerktreffen, das von RLP International organisiert wurde. Bei individuellen Terminen mit japanischen Weinimporteuren und Interessenten entstanden vielversprechende Kontakte.

Wirtschaftsrepräsentanzen für direkte Kontakte Wirtschaftsrepräsentanzen unterstützen Unternehmen im Rahmen von Handels- und Kooperationsförderung. Sie bieten branchenbezogene Erstberatung zu Markt-

Internationale Wirtschaftsförderungsgesellschaft der BRD

Germany Trade and Invest (GTI) ist die Wirtschaftsförderungsgesellschaft der Bundesrepublik Deutschland. Mit mehr als 60 Standorten weltweit und einem breiten Angebot an Wirtschafts- und Branchendaten zu ausländischen Märkten unterstützt GTI deutsche und ausländische Unternehmen bei der Ex-

pansion ihrer Geschäftstätigkeiten. Unternehmen erhalten hier Informationen zu Ausschreibungen, Investitions- und Entwicklungsvorhaben sowie zu Recht und Zoll.

Weitere Informationen unter: www.gtai.de

stützen die Repräsentanzen. Sie bieten Erstberatung bei der Suche nach einem geeigneten Standort, vermitteln sowohl politische Kontakte als auch Verbindungen zu Personaldienstleistern, Steuerberatern, Rechtsanwältinnen und weiteren.

In 18 Ländern gibt es darüber hinaus Kontaktstellen für die rheinland-pfälzische Wirtschaft – diese decken bis auf Afrika und Australien alle Kontinente ab.

Auch die Handwerkskammer hat Auslandskontakte

Handwerksbetriebe, die sich international orientieren möchten, stehen ebenfalls nicht allein da: Die Handwerkskammern bieten ein umfangreiches Informations- und Unterstützungsangebot. In persönlichen Beratungsgesprächen vermitteln Fachleute den Betrieben wichtige Informationen zu Meldepflichten in Zielländern, gesetzlichen Vorgaben zur Arbeitnehmerentsendung oder zum grenzüberschreitenden Warenverkehr. Die Experten stellen die Länderinformationen für fast jedes Zielland weltweit zusammen und gehen dabei auf die speziellen Bedürfnisse der Betriebe ein. Außerdem gibt's Rat und Informationen bei Problemsituationen im Ausland – so wird ein möglichst reibungsloser Ablauf und Abschluss von Einsätzen ermöglicht.

Die Handwerkskammer Koblenz unterhält auch gute Kontakte zum weltweit größten Unterstützungsnetzwerk für kleine und mittelständische Unternehmen „Enterprise Europe Network (EEN)“. Betriebe, die ein konkretes Kooperationsgesuch haben oder sich für die Angebote der ausländischen Kooperationspartner interessieren, können über EEN vermittelt werden.



Eine Gruppe von Unternehmern aus Rheinland-Pfalz besuchte im April diesen Jahres Estland. Auch hier wurden fruchtbare Kontakte geknüpft.

Foto: Wirtschaftsministerium RLP

Und auch die Handwerkskammern bieten zusammen mit Kooperationspartnern Wirtschaftsreisen an. So geht es etwa im Oktober 2024 zusammen mit dem rheinland-pfälzischen Wirtschaftsministerium nach Paris. Der

Schwerpunkt liegt hier beim Thema „energieeffizientes Bauen“. In Verbindung mit der Reise wird die BATIMAT Baumesse besucht. Vorab bekommen Betriebe wichtige Informationen über das Zielland – während der Reise werden

den teilnehmenden Betrieben individuell ausgesuchte Kooperationspartner vorgestellt. Zudem gibt's von der Handwerkskammer einen Online-Newsletter zum Thema, der regelmäßig an interessierte Mit-

gliedsbetriebe und Partner verschickt wird. Auslandsmärkte bieten viele Chancen für Unternehmen aus Rheinland-Pfalz – mit der passenden Unterstützung ist der Weg dorthin nicht schwer.



„Wann über die Nachfolge nachdenken? Wir meinen: Jetzt!“

Als Unternehmer entscheiden Sie täglich viele Male. Ihre vielleicht heikelste Entscheidung treffen Sie dagegen nur einmal – die für Ihre Nachfolge. Und hier geht es buchstäblich ums Ganze: Ihr Geschäft, Ihr Vermögen, Ihr Lebenswerk. Ihre eigene Absicherung, die Ihrer Familie und die Ihrer Mitarbeitenden.

Für diese schwierige Abwägung bieten wir Ihnen den klaren Blick von außen und die Expertise aus zahlreichen ähnlichen Mandaten. Gemeinsam mit Ihnen analysieren wir die betrieblichen und privaten Rahmenbedingungen, gleichen sie mit Ihren Wünschen ab und zeigen mögliche Optionen auf. Unser Ziel: ein langfristig angelegtes Konzept für Ihre Unternehmens- und Vermögensnachfolge – individuell abgestimmt, rechtlich abgesichert und steuerlich optimiert.

Böker & Paul berät Sie von Unternehmer zu Unternehmer, nachhaltig, strikt unabhängig und mit intimer Kenntnis der Region, in der wir selbst verwurzelt sind. Unser Ansatz: ganzheitlich denken, systematisch handeln, individuell empfehlen.

Entdecken Sie das Böker & Paul-Prinzip.[®] Wir freuen uns auf Ihren Anruf.

Böker & Paul AG Kanzlei für Vermögensmanagement
Stauffenbergallee 3, 56410 Montabaur | 02602 949460
www.boekerpaul.de



Sommerfest und Tag der offenen Tür

Veranstaltung Der technische Campus der IHK-Akademie in Neuwied zeigt, wie zukunftsorientierte Ausbildung aussieht.

Von Rainer Claaßen

Von außen wirkt das moderne Gebäude an der Andernacher Straße in Neuwied wie ein Bürokomplex – tatsächlich sind darin auch einige Arbeitsplätze der IHK-Geschäftsstelle Neuwied untergebracht. Über dem linken Eingang in das Haus liest man allerdings „IHK Akademie Koblenz – Campus Neuwied“. Und wer hier eintritt, findet moderne Werkstätten, in denen nicht nur Auszubildenden grundlegende Kenntnisse in verschiedenen Berufsbereichen vermittelt werden, sondern auch Fachkräfte vielfältige berufliche Weiterbildungen besuchen können.

Umgang mit den Werkstoffen nicht ohne Weiteres vermitteln“, erklärt Dr. Sabine Dyas, Geschäftsführerin der IHK-Akademie Koblenz e.V. Schon lange schließt die IHK-Akademie diese Lücke für ihre Kunden. Gegründet wurde sie bereits vor über 50 Jahren – damals noch unter der Bezeichnung IHK-Bildungszentrum im Landkreis Altenkirchen.

Seither hat sich viel verändert, und die Akademie hat stets mit den Entwicklungen Schritt gehalten. Digitalisierung, Industrie 4.0 oder Künstliche Intelligenz schlagen sich natürlich auch in der gewerblich-technischen Aus- und Weiterbildung nieder. Um dem gerecht werden zu können, wurden im Jahr 2023 am Campus Neuwied mehr als 2,5 Millionen

(MWVLW) – ergänzt wurden diese durch Eigenmittel der IHK-Akademie Koblenz e.V.

Viele Auszubildende erleben den gesamten praktischen Teil des ersten Ausbildungsjahres im technischen Campus der IHK-Akademie in Neuwied. Nicht selten lernen sie dabei – insbesondere durch die neu angeschaffte Ausstattung – Entwicklungen aus der praktischen Umsetzung kennen, die in den Betrieben vielleicht noch gar nicht angekommen sind. Die Auszubildenden tragen auf diesem Wege in gewisser Weise Innovationen in die Unternehmen.

Am Tag der offenen Tür zeigt der Campus Neuwied, wie modern er ausgestattet ist, und was die Auszubildenden hier alles lernen können. So sind etwa die Maschinen in der Metall- und Schweißwerkstatt alle miteinander vernetzt und liefern den Auszubildenden Daten zur Auswertung. Zu erledigende Aufgaben können so direkt den einzelnen Auszubildenden zugespielt werden und deren Fortschritt ist auf einen Blick sichtbar.

Besonders beeindruckend sind die Geräte, an denen per VR-Technik das Schweißen vermittelt wird: Integriert in die Schweißmaske ist ein Display, das ein simuliertes Bild eines Werkstücks zeigt. Mit einem Werkzeug, das sich exakt so anfühlt wie eine echte Schweißsonde, kann der Benutzer dann das Zusammenfügen von zwei Bauteilen simulieren – komplett ohne Materialverbrauch, Emissionen und Verlet-



Die Auszubildenden arbeiten an modern ausgestatteten Maschinen, die den Industriestandards entsprechen. Die integrierten digitalen Lernmethoden bieten vielfältige Möglichkeiten, die sie dann später im Betrieb einsetzen können.

Foto: Rainer Claaßen

Ausbildungsberufe am Campus Neuwied:

Metalberufe:

- Industriemechaniker
- Zerspanungsmechaniker
- Konstruktionsmechaniker
- Anlagenmechaniker
- Werkzeugmechaniker
- Fachkraft für Metalltechnik
- Maschinen- und Anlagenführer

- Elektroniker für Geräte und Systeme
- Industrieelektriker

Mechatroniker:

- Verfahrensmechaniker
- Umwelttechnologe für Wasserversorgung
- Umwelttechnologe für Abwasserbewirtschaftung
- Technischer Produktdesigner
- Technischer Systemplaner

Elektroberufe:

- Elektroniker für Betriebstechnik
- Elektroniker für Automatisierungstechnik

zungsgefahr. Die erstellte Schweißnaht und den Fortschritt sieht der Anwender nachher auf dem Display, parallel kann er auch vom Ausbilder am Computer beobachtet werden. Der Ausbilder gibt dem Lernenden dann wertvolle Tipps, wie die Arbeit besser gelingt. Alternativ können diese auch direkt aus der intelligenten Lernplattform eingespielt werden. Anregungen zur korrekten Haltung, zum richtigen Druck und zur Geschwindigkeit helfen dem Auszubildenden dabei, seine Technik immer weiter zu verbessern. Wenn er oder sie zum ersten Mal am realen Werkstück arbeitet, ist die Arbeit schon vertraut, und es gibt von Anfang an Erfolgserlebnisse.

Angenehmer Nebeneffekt: Da sich die gesamte Entwicklung digital abbilden lässt, reduziert sich auch der administrative Aufwand. Erledigte Aufgaben, der Lernfortschritt und auch Defizite, die bei einzelnen Auszubildenden

noch auszugleichen sind, werden sofort erkannt und erfasst und können jederzeit über PCs oder Tablets abgerufen werden.

„Es gehört zu unseren Aufgaben, Sicherheitsunterweisungen durchzuführen, die Fortschritte der Auszubildenden zu erkennen und auch zu dokumentieren. Das ist mit den digitalen Erfassungsmethoden deutlich einfacher geworden“, erklärt Torsten Scherr, Bereichsleiter am Campus Neuwied.

Doch nicht nur in der gewerblich-technischen Aus- und Weiterbildung wird viel geboten: Im Gesamtprogramm der IHK-Akademie Koblenz mit ihren drei großen Campusstandorten Bad Kreuznach, Koblenz und Neuwied finden sich für alle Zielgruppen – vom Azubi, über die Fachkraft und den Meister bis zur Führungskraft – viele Veranstaltungen rund um die Digitalisierung. Es gibt viele Möglichkeiten, sich auch im Berufsleben in ganz unterschiedlichen Berufsfeldern stets auf dem neuesten Stand zu halten.

Am Tag der offenen Tür am 29.06. gibt es die Möglichkeit, die neuen Errungenschaften im technischen Campus Neuwied hautnah kennenzulernen. Das kann für Jugendliche, die sich für eine Ausbildung in einem der hier angebotenen Berufe interessieren, ebenso spannend sein wie für die Arbeitgeber, von denen viele die Leistungen des Campus nicht im Detail kennen.

Termin

Der Tag der offenen Tür mit Sommerfest findet am 29. Juni 2024 von 10 bis 15 Uhr in der IHK-Akademie Koblenz e.V., Campus Neuwied, Andernacher Straße 17, 56564 Neuwied statt. Hautnah können Sie erleben, wie Maschinen digital vernetzt zusammenarbeiten. In interaktiven Demonstrationen und Workshops erleben Sie, wie Digitalisierung die Aus- und Weiterbildung revolutioniert. Und bei Snacks und Erfrischungen können Sie sich mit anderen Interessierten und den Auszubildenden austauschen.



Die modernen Maschinen, an denen die jungen Menschen im Campus lernen, sind miteinander vernetzt – so können die Ausbilder Fortschritte permanent verfolgen und dokumentieren.

Foto: Rainer Claaßen

„In der Industrie ist die Fertigung heute weitgehend automatisiert. Ein Unternehmen, das nicht über eine eigens eingerichtete Ausbildungswerkstatt verfügt, kann deshalb viele Grundkenntnisse und Grundfertigkeiten im

Euro investiert. Der Großteil der Mittel kommt aus Fördermitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) und des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz



Digitales Schweißen mit VR-Technologie

Foto: Stefan Veres

Von der Papiermappe zur digitalen Bewerbung

Beruf: Onlinestellenportale spielen eine zentrale Rolle im modernen Rekrutierungsprozess.

Mit wenigen Klicks können Onlinebewerbungen eingereicht werden. Wer sich die Zeit nimmt, auf den potenziellen Arbeitgeber gezielt einzugehen, hebt sich von der Masse ab. Foto: Zerbor/stock.adobe.com



Von Anika Tilemann

Die digitale Transformation hat die Arbeitswelt längst erreicht und damit auch Bewerbungsprozesse grundlegend verändert. Die Art und Weise, wie Unternehmen heute Talente rekrutieren und wie Jobsucher nach neuen Herausforderungen Ausschau halten, unterscheidet sich deutlich von früheren Zeiten, in denen aufwendig gestaltete Papiermappen den Weg in die Personalabteilung

sich per E-Mail zu bewerben, haben den gesamten Prozess vereinfacht und beschleunigt.

Onlinestellenportale spielen dabei eine zentrale Rolle. Die Plattformen bieten umfangreiche Datenbanken mit Stellenangeboten, die nach verschiedenen Kriterien gefiltert werden können. Bewerber verschaffen sich in kurzer Zeit einen Überblick über offene Positionen und können sich gezielt auf Stellen bewerben, die ihren Qualifikationen und Interessen entsprechen. Darüber hinaus bieten viele dieser Plattfor-

den kann oder ein erkennbar höheres Gehalt gezahlt wird.“

Zwar hat sich spätestens seit der Coronapandemie der eigene Schreibtisch als Arbeitsplatz etabliert, doch immer mehr Unternehmen wünschen sich heute aber wieder mehr Präsenz vor Ort. Wittmann erklärt: „Das ist ein Spannungsfeld. Die Pendelbereitschaft und Anwesenheitsbereitschaft der Mitarbeiter haben seit der Pandemie deutlich abgenommen, zeitgleich wünschen sich viele Unternehmen die physische Anwesenheit ihrer Be-

wie vor eine wichtige Rolle bei der gezielten Ansprache von Bewerbern. Sie sind zwar rückläufig, da vor allem jüngere Bewerber eher digitale Plattformen für die Jobsuche nutzen, sie führen aber in der Regel zu einem qualitativ besseren Rücklauf. Der Softwareexperte berichtet: „Während Onlinebewerbungen oft in wenigen Klicks gesendet werden können, ist die Auseinandersetzung mit einer Printanzeige aufwendiger. Der Interessent beschäftigt sich intensiv mit der ausgeschriebenen Position sowie dem Unternehmen, besucht die Website und schickt abschließend eine digitale oder ausgedruckte Bewerbungsmappe. Damit ist die Intention des Bewerbers oft eindeutig, während Jobsucher Onlinebewerbungen eher weiter streuen.“

Der Mix macht's

Unternehmen sind heute gut beraten, im Recruiting einen Kommunikationsmix zu wählen. Die Platzierung von Anzeigen in Onlinestellenportalen gehört in jedem Fall dazu, darüber hinaus bieten sich Printanzeigen aber auch Posts in sozialen Netzwerken (Facebook, Instagram) und Karrierenetzwerken (LinkedIn, Xing) an. Die physische Präsenz auf regionalen Job- und Ausbildungsmessen ist für viele Arbeitgeber ebenso wichtig wie auf Inforeveranstaltungen an Schulen oder Berufsschulen.

„Trotz der zunehmenden Digitalisierung ist der persönliche Kontakt nach wie vor entscheidend. Ein rein digitaler Rekrutierungsprozess, von der E-Mail-Korrespondenz angefangen bis hin zum Videovorstellungsgespräch, befriedigt weder Jobsucher noch Unternehmen“, betont Wittmann und führt weiter aus: „Die Unternehmenskultur hat heute einen größeren Stellenwert bei der Jobentscheidung als je zuvor. Eine aktuelle Studie der meta HR Un-

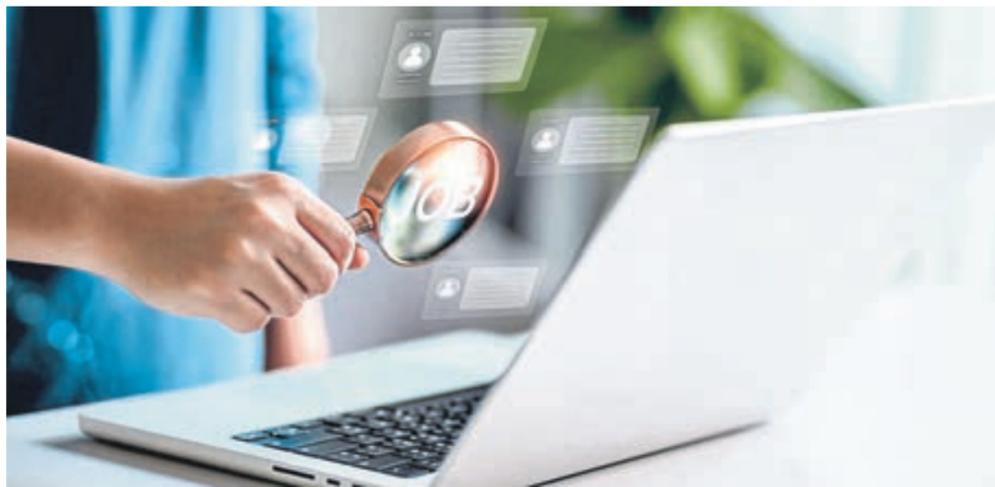
ternehmensberatung in Zusammenarbeit mit stellenanzeigen.de kommt zu dem Ergebnis, dass insbesondere junge Bewerber hohe Wertvorstellungen haben, die sie bei ihrem zukünftigen Arbeitgeber gespiegelt sehen möchten. Ein passendes Match lässt sich daher am ehesten von Angesicht zu Angesicht finden.“

Reichweite und Schnelligkeit

Onlinestellenportale sind derzeit der am häufigsten genutzte Kontaktpunkt zwischen Bewerber und Arbeitgeber. Sie rangieren deutlich vor Personalvermittlungen, dem Onlineangebot der Arbeitsagentur, Jobmessen oder anderen Kanälen.

Neben den aktuellen Jobangeboten schätzen Bewerber vor allem auch das umfangreiche Serviceangebot rund um die Karriere. Softwareexperte Wittmann berichtet: „Auf rz-stellen.de gibt es beispielsweise nützliche Funktionen, mit denen sich Bewerber gezielt einen Überblick verschaffen können, darunter ein Brutto-Nettorechner, ein Renten- und Mutterschaftsgeldrechner, ein Tool zur Ermittlung der Pendlerpauschale oder ein Gehaltserhöhungsrechner. Darüber hinaus gibt es rechtliche Ratgebertexte und informative Servicetexte rund um das Thema Arbeit.“

Für Unternehmen wiederum haben Onlineplattformen den Vorteil, dass sie eine breite Zielgruppe erreichen. Wittmann stellt fest: „Es gibt nur ganz wenige, große Unternehmen, die mit ihrer eigenen Website und ihren eigenen Karriereseiten eine vergleichbare Reichweite erzielen, wie mit Onlinejobbörsen. Die allermeisten schaffen das nie. Deshalb finden sich auf diesen Portalen Stellen aller Gehaltsstufen und Branchen – von der Sachbearbeitung bis zum Management, von Verwaltungsaufgaben bis hin zum Handwerk.“



Die Jobsuche ist heute dank moderner Onlinestellenportale für Arbeitgeber und Bewerber effizient und zielführend möglich. Foto: sirichai/stock.adobe.com

gen fanden. Insbesondere Onlinestellenportale haben sich als zentrale Plattformen etabliert, die den Bewerbungsprozess sowohl für Arbeitgeber als auch für Bewerber effizienter und zugänglicher gestalten.

Entwicklung des Recruitingprozesses

Noch vor wenigen Jahren wurden Bewerbungen per Post verschickt, oft mit einer Vielzahl von Unterlagen, die mühsam kopiert, sortiert und zusammengeheftet werden mussten. Dieser Prozess war nicht nur zeitintensiv, sondern auch mit erheblichen Kosten verbunden. Die digitale Transformation hat diese Hürden weitgehend beseitigt. Heutzutage können Bewerbungen mit wenigen Klicks online eingereicht werden. Digitale Lebensläufe, Bewerbungsformulare und die Möglichkeit,

men Tools zur Optimierung des Lebenslaufs und zur Vorbereitung auf Bewerbungsgespräche, was den Bewerbungsprozess weiter erleichtert.

Regionalität ist ein entscheidender Faktor

Daniel Wittmann, verantwortlich für den Bereich Vertrieb beim Jobbörsen-Softwarehersteller Ildaris, erläutert: „Die Personalsuche findet heute überwiegend über Onlinestellenportale statt. Wir beobachten, dass Plattformen mit regionalem Fokus derzeit stark profitieren, da lokale Jobs in Wohnortnähe sehr begehrt sind.“ Wittmann ergänzt: „Bewerber sind zunehmend nur dann bereit, einen Pendelradius von mehr als 30 Kilometern in Kauf zu nehmen, wenn die Arbeit zu einem großen Teil im Homeoffice erledigt wer-

schäftigten. Es ist daher zunehmend wichtig, Stellenanzeigen regional zu platzieren. Lokale Plattformen wie rz-stellen.de haben hierbei den Vorteil, dass regionale Jobangebote gezielt auf einen passgenauen Nutzerkreis treffen.“

Neben den Onlinestellenportalen spielen Printanzeigen nach



Ein Mix aus digitalen und persönlichen Komponenten führt zum Erfolg im modernen Recruiting. Foto: Summit Art Creations/stock.adobe.com

ANZEIGE

finaconvest
VERMÖGENSWERTE GMBH

Finanzen & Vermögen sicher & rentabel gestalten.
Klar. Persönlich. Nah.

In der Illbach 2-4 | 56412 Heiligenroth | finaconvest.de

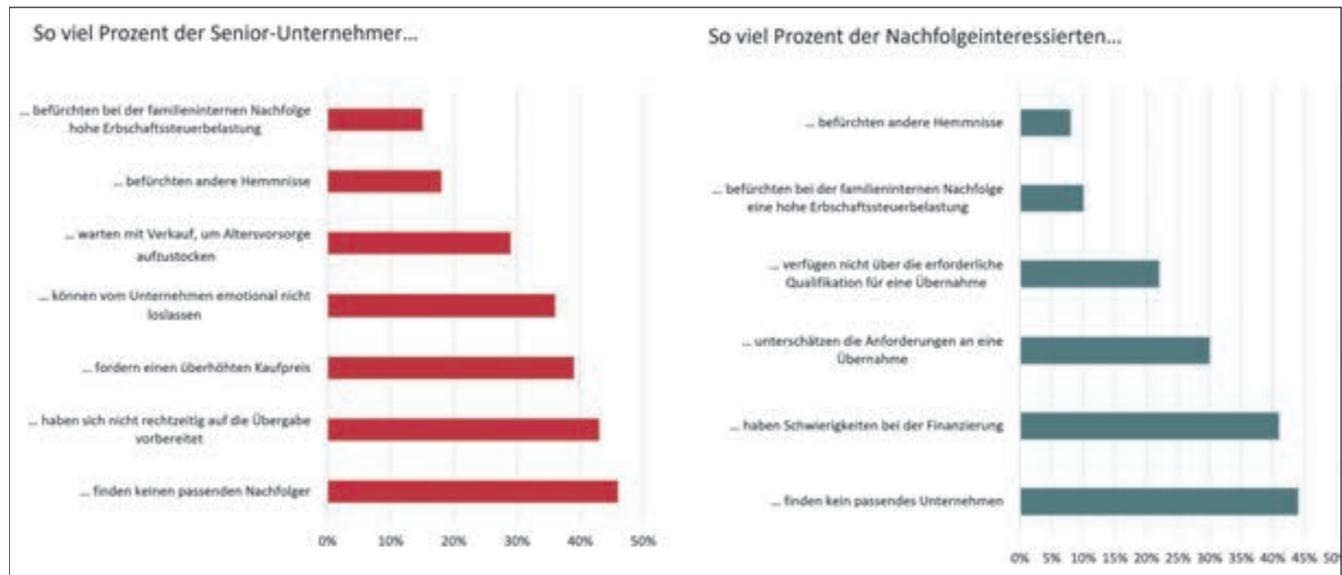
Warum Unternehmensnachfolge funktioniert – und warum nicht

Montabaur Es gibt viele Gründe, die Firmeninhaber bei der Suche nach einem Nachfolger scheitern lassen: Zu späte Planung und überzogene Kaufpreisvorstellungen sind wesentliche Faktoren. Das Expertenteam von Böker & Paul hat einen Plan, wie die Übergabe gelingen kann.

Von Gudrun Heurich

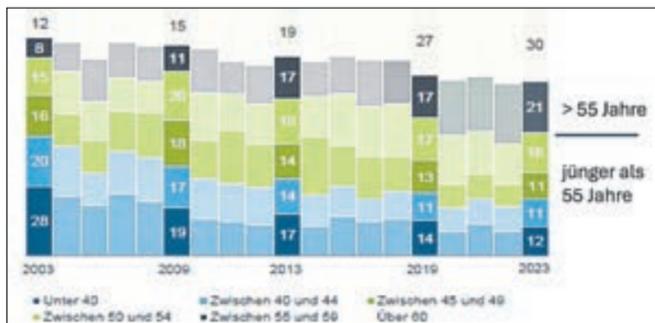
Immer weniger junge Menschen wollen selbstständig werden und das Familienunternehmen weiterführen. Dagegen halten ältere Unternehmer immer länger an ihrem Betrieb fest. „So entsteht ein Überangebot an nachfolgebereiten Firmen, während es gleichzeitig weniger Interessenten gibt“, beschreibt Felix Böker, einer der Nachfolgespezialisten bei der Böker & Paul AG in Montabaur, die Situation. Er und seine Teamkollegen Thomas Paul und Tobias Böker befürchten, dass ein Unternehmerrangel droht. Hinzu komme, dass immer mehr Inhaber den Verkauf des Familienunternehmens erwägen.

Eine aktuelle Umfrage der Zepelin Universität im Auftrag der Stiftung Familienunternehmen bestätigt dies: Fast jeder vierte befragte Nachfolger trägt sich mit dem Gedanken, das eigene Fa-



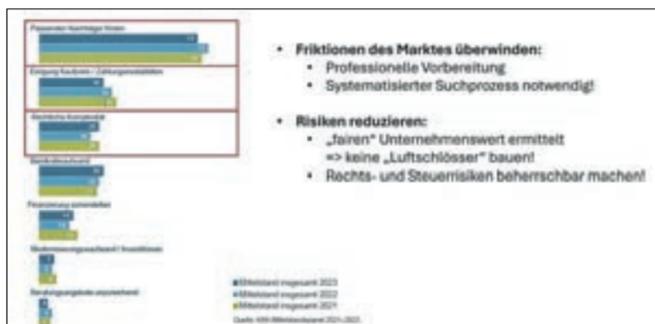
Zahlreiche Befürchtungen stehen im Raum, die übergabewilligen Unternehmen, aber auch potenziellen Nachfolgern die Entscheidung für eine Übergabe oder Übernahme eines Unternehmens schwer machen.

Grafik: DIHK Nachfolgereport 2022



Die Inhaber von KMUs (kleine und mittlere Unternehmen) sind im Zeitablauf immer älter geworden. Vor 20 Jahren war der Anteil der jungen Unternehmer deutlich größer. Heute liegt eine Überalterung vor.

Quelle: KfW Nachfolgemonitoring Mittelstand 12.02.2024



Die Grafik stellt die Herausforderungen der Unternehmensnachfolge dar. Insbesondere erschweren Koordinations- oder Transaktionshemmnisse das „Zusammenkommen“ der abgabebereiten und der übernahmewilligen Marktteilnehmer. Es braucht jemanden, der wie ein Makler fungiert, um die Marktteilnehmer zueinander zu bringen. Quelle: KfW Mittelstandspanel 2021-2023

Der Fünf-Punkte-Plan für die Unternehmensübergabe

1. Eigene Vorstellungen entwickeln

- (fünf bis sieben Jahre vorher)
- Was habe ich konkret vor?
 - Benötige ich (nur) einen Geschäftsführer?
 - Will ich meinen Betrieb komplett übergeben?
 - Will ich Unternehmer bleiben?
 - Gibt es interessierte Familienmitglieder oder Mitarbeitende?
 - Geht es um die Vermögensnachfolge oder um die persönliche Nachfolge als Unternehmer oder um beides?
 - Will ich mich sofort aus dem Betrieb zurückziehen oder stufenweise?

2. Strukturen entwickeln

- (mindestens fünf Jahre vorher)
- Geschäftsplan erstellen
 - Strategie für die Interessentensprache festlegen (auf Unternehmensebene)
 - Ruhestandsversorgung sicherstellen (auf privater Ebene)

3. Rechtliche und steuerliche Optimierung entwickeln

- und umsetzen (fünf Jahre vorher)
- Rechtsberater / Steuerberater einbinden

4. Optimierungen auf Unternehmensebene

- (drei Jahre vorher)
- Organisation, EDV, Rechnungswesen, Personalstruktur
 - Wird eine zweite Führungsebene integriert oder kommt ein zweiter Geschäftsführer hinzu?
 - Wie lange will ich als Inhaber nach der Übergabe im Unternehmen noch tätig sein?
 - Abläufe vom Inhaber unabhängiger gestalten.
 - Geschäftsplan für die Übergabe erstellen mit Zahlen der letzten drei Jahre

5. Übergabetransaktion professionell umsetzen

- (ein Jahr vorher)
- Die oft schwierigste Aufgabe: Loslassen und genießen

milienunternehmen zu verkaufen. Das sind deutlich mehr als bei der vorherigen Studie vor drei Jahren. Laut einer Erhebung des Handelsblatts liegen die Gründe für die steigenden Zahlen der Verkaufswilligen in den derzeit herrschenden immensen Herausforderungen an Unternehmerinnen und Unternehmer – vor allem in Bezug auf die ökologische und digitale Transformation sowie in den gravierenden Änderungen auf dem Arbeitsmarkt. Darüber hinaus sei Unternehmertum am Standort Deutschland aufgrund der explodierenden Energiekosten, zu hohen Steuern und Abgaben sowie der Bürokratielast unattraktiv geworden.

Doch allein mit der Absicht, das eigene Unternehmen zu verkaufen, ist es nicht getan. Eine Vielzahl an Unternehmensübergaben scheitert. „Zu hohe Preisvorstellungen des Verkäufers sind ein häufiges Szenario“, weiß Felix Böker, „die interessierten poten-

- Die Übergabe in Ruhe und mit Zeit vorbereiten.
- Das Unternehmen attraktiv präsentieren.
- Berater einschalten.
- Eine realistische Kaufpreisvorstellung haben und sich Gedanken darüber machen, wie der Käufer den Kaufpreis finanzieren kann.
- Nicht vollends finanziell abhängig von der Kaufpreiszahlung sein.

„Finanzielle und emotionale Aspekte spielen bei einer Unternehmensübergabe eine entscheidende Rolle – und das im wechselseitigen Einfluss“, erklärt Tobias Böker. „Wenn der Unternehmer sicher ist, dass er und seine Familie nach der Unternehmensübergabe ausreichend versorgt sind, sowie sein Unternehmen und gleichzeitig sein Ver-

mögen in guten Händen sind, stehen die Chancen gut, dass die Unternehmensübergabe funktioniert und ihn auch zufrieden stellt.“ Daher sei entscheidend, dass der Unternehmer auch seine privaten Finanzen gut geplant und im Überblick hat.

Thomas Paul, Vorstand bei Böker & Paul, erklärt die Besonderheit des Konzepts der Kanzlei: „Wir beleuchten in der Beratung sowohl die unternehmerische als auch die private Sphäre und verbinden beide miteinander.“ In der Praxis werde für beide Ebenen das Böker & Paul-Prinzip – der systematische, vernetzte und kontinuierliche Beratungsansatz – angewendet. „Unser Konzept verfolgt das Ziel: individuell statt mit der Gießkanne, durchdacht statt hektisch und umfassend statt mit spektakulären Einzelaktionen.“

„Sich frühzeitig mit dem Gedanken einer Übergabe auseinanderzusetzen, ist der Schlüssel.“

Felix Böker, Nachfolgeexperte bei Böker & Paul

ziellen Käufer können die erforderliche Summe nicht aufbringen“. Zudem seien Unternehmen oft nicht übergabefähig, wenn sie zu klein sind. Firmen mit weniger als 100 000 Euro Umsatz erwirtschaften laut Institut für Mittelstandsforschung (IfM) nicht den nötigen Gewinn, um übernahmewürdig zu erscheinen.

Dabei muss nicht nur das Unternehmen „übergabefähig“ und „übergabewürdig“ sein, sondern auch die Person des Unternehmers oder der Unternehmerin. Oft sei der Hauptgrund für ein Nichtzustandekommen der Unternehmensnachfolge bei dem übergabenden Inhaber/der Inhaberin selbst zu finden, weil er oder sie die Komplexität des Themas unterschätze und vermeidbare Fehler begehe, erläutert Felix Böker. „Sich frühzeitig mit dem Gedanken einer Übergabe auseinanderzusetzen, ist der Schlüssel“, sagt er. „Früher an später denken, denn erstens braucht eine Übergabe Zeit. Zweitens kann es passieren, dass eine Nachfolge schneller notwendig wird als gedacht, zum Beispiel durch Unfall, gesundheitliche Einschränkungen oder dem Wunsch, früher in den Ruhestand gehen zu können.“

Er erklärt, wie ein Unternehmen bereits im Vorfeld die wesentlichen Hürden nehmen kann:

Zur Person



Thomas Paul, Tobias Böker und Felix Böker (v.l.n.r.) haben ihre Fortbildung zum Certified Foundation and Estate Planner Professional (CFEP-Professional) Anfang 2024 erfolgreich abgeschlossen. Damit verfügen die drei Finanzexperten zusätzlich zur Qualifikation des Certified Standard Financial Planner über die wichtigsten Zertifizierungen des Financial Planning Stan-

dards Board Deutschland e.V. (FPSB Deutschland). Diese zählen zu den qualitativ besten Ausbildungsabschlüssen in der finanzwirtschaftlichen Beratung, die es hierzulande gibt. Die Zertifikatsträger verpflichten sich persönlich, ihre berufliche Tätigkeit im Interesse der Kunden und unter Berücksichtigung der höchsten ethischen und beruflichen Standards auszuüben.

Viel Arbeit für einen Sommer voller Musik

Veranstaltungen Das Rheingau Musik Festival zählt zu den größten Europas. Mehr als 150 Konzerte in außergewöhnlichen Spielstätten ziehen jährlich Tausende Kulturinteressierte in die Region von Frankfurt über Wiesbaden bis zum Mittelrheintal. Das erfordert den hohen Einsatz vieler Beteiligter. Was hinter den Kulissen abläuft, damit ein solch gigantisches Festival reibungslos ablaufen kann, erzählt Geschäftsführer Marsilius Graf von Ingelheim der WIRTSCHAFT in einem Interview.

Herr von Ingelheim, Sie haben ein betriebswirtschaftliches Studium in Frankfurt und London absolviert und einen Masterabschluss in Finance an der schottischen University of St. Andrews. Danach waren Sie als Unternehmensberater in der Konsumgüterindustrie tätig. Was hat Sie bewogen, von einer Karriere im Finanzbusiness zum Rheingau Musik Festival zu wechseln?

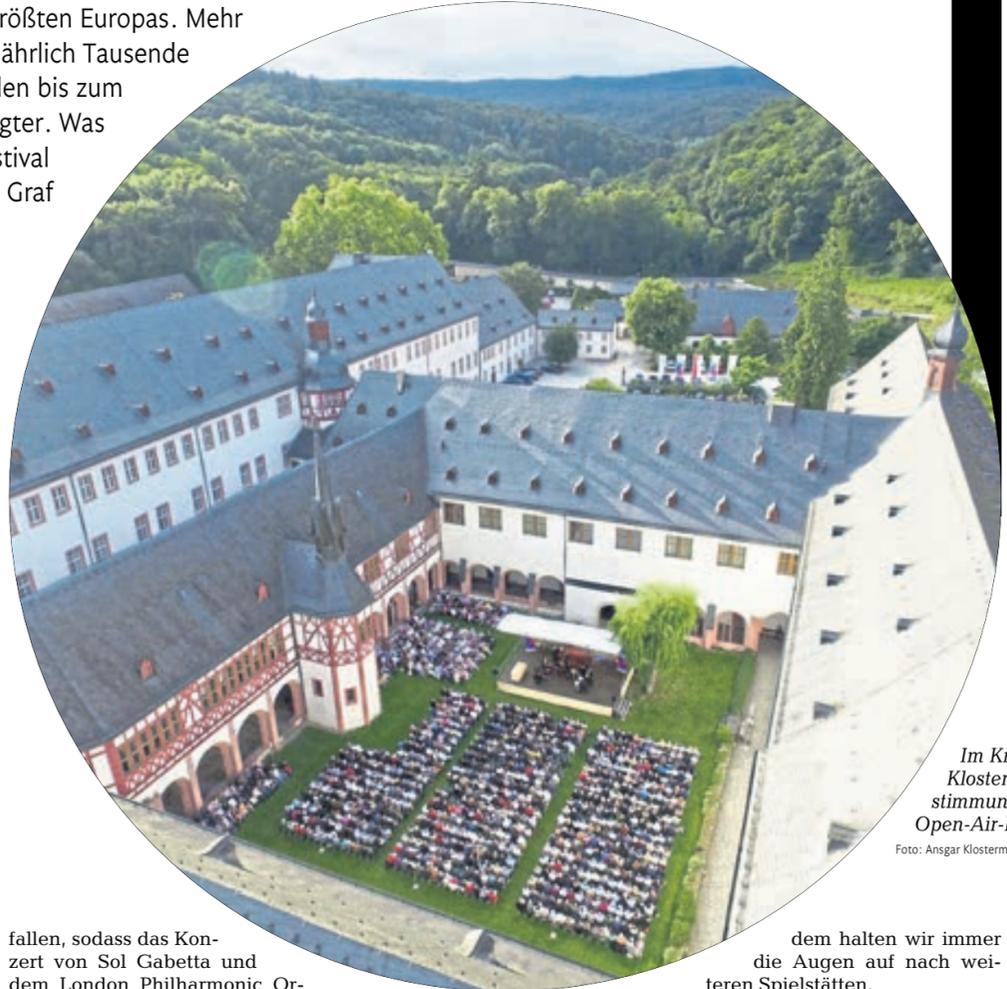
Zu dem Musikfestival hatte ich schon als kleines Kind eine Verbindung. Der Intendant des Festivals, Michael Herrmann, ist mein Stiefvater. Mit 14 habe ich hier angefangen zu jobben. 2017 bin ich dann als Teammitglied eingestiegen. Seit 2019 bin ich, gemeinsam mit meinem Stiefvater, Geschäftsführer.

In einem Unternehmen wie dem Rheingau Musikfestival habe ich

125 000 Tickets. Im Sommer kommen vier Volontäre hinzu, außerdem rund 100 Schüler und Studenten. Wir sind in der Region der größte Anbieter von Ferienjobs. Für jedes Festival beginnen wir mit der künstlerischen Planung und der Entwicklung eines roten Fadens drei Jahre im Voraus.

Betrifft der herrschende Fachkräftemangel auch das Festival?

Wir stellen schon fest, dass die Aktionen auf Ausschreibungen zögerlicher als früher erfolgen. Dennoch läuft es für uns noch gut. Im Kulturbereich ist die Motivationsgrundlage eine andere. Viele Mitarbeiter und auch Bewerber sind vielleicht selbst künstlerisch tätig und können ihre Vorlieben in das Arbeitsumfeld integrieren. Es herrscht eine hohe Bereitschaft, sich einzusetzen. Wir sind



Im Kreuzgang des Klosters Eberbach finden stimmungsvolle Open-Air-Konzerte statt.

Foto: Ansgar Klostermann/Rheingau Musik Festival



Bekannte Künstler treten im Kurpark Wiesbaden auf und reißen das Publikum unter freiem Himmel von ihren Plätzen. Das Wetter spielt manchmal mit, manchmal nicht. Der Stimmung tut das keinen Abbruch.

Foto: Sebastian Reiter/Rheingau Musik Festival

die Möglichkeit, kreativ etwas zu bewirken. Zudem haben wir hier einen ganz anderen Fokus. Wir schaffen schöne Erlebnisse für die Menschen.

Wie sieht jetzt Ihr typischer Arbeitstag aus und wie unterscheidet er sich von einem Arbeitstag in der Finanzbranche?

Einen typischen Arbeitsalltag gibt es für mich nicht, ich bringe mich überall ein und gebe Impulse zu vielen Themen. Es macht mir Freude, überall mitzuarbeiten. In meinem vorherigen Beruf war ich im Strategiebereich tätig, das unterscheidet sich nicht so sehr vom Kulturbetrieb. Auch hier befassen wir uns mit Themen wie Steuern, Digitalisierung, Datenschutz... Die strategische Vorbereitung einer Veranstaltung ist die Pflicht, die eigentliche Veranstaltung die Kür. Und auch danach müssen wir Strategien entwickeln, um relevant zu bleiben.

Wieviel Aufwand ist es, ein solch umfangreiches Festival zu koordinieren? Wie viele Mitarbeitende sind im Einsatz?

Unser Team besteht aus 20 fest angestellten Mitarbeitern, die verschiedene Verantwortungsbereiche abdecken. Davon sind fünf Personen in unserem Ticketbüro tätig, das wir selbst betreiben. Für das Rheingau Musik Festival gibt es 140 000 Tickets insgesamt (inklusive Sponsoren- und Pressekarten), im freien Verkauf 120 bis

dem halten wir immer die Augen auf nach weiteren Spielstätten. Chancen sehe ich auch darin, dass wir uns besser mit anderen Kulturbetrieben vernetzen könnten, um Synergien zu nutzen. Hier gibt es großes Potenzial, um Kräfte zu bündeln, zum Beispiel beim Ticketvertrieb, der Digitalisierung oder beim Marketing.

dem halten wir immer die Augen auf nach weiteren Spielstätten.

Chancen sehe ich auch darin, dass wir uns besser mit anderen Kulturbetrieben vernetzen könnten, um Synergien zu nutzen. Hier gibt es großes Potenzial, um Kräfte zu bündeln, zum Beispiel beim Ticketvertrieb, der Digitalisierung oder beim Marketing.

Erzielen Sie mit dem Festival Gewinne und wie sichern Sie die Veranstaltung finanziell ab?

Das Festival ist in keinem Jahr abgesichert. Das ist das Geschäftsmodell, wir fangen jedes Mal bei 0 Euro Kartenverkauf an, der immerhin 60 Prozent der Einnahmen ausmacht. Die Partner der Wirtschaft decken 40 Prozent ab, doch diese müssen wir alljährlich wieder neu von einer Partnerschaft überzeugen. Jedes Festival wird finanziell neu aufgestellt. Wir sind keine Stiftung und werden nicht staatlich unterstützt. So sind wir frei in unseren Entscheidungen und können das umsetzen, woran wir glauben. Der Erfolg zeigt uns, dass diese Flexibilität positiv ist. Wenn wir ein Plus erzielen, wird dies in das Festival im nächsten Jahr investiert.

Die Fragen stellte Gudrun Heurich

Was unternimmt das Rheingau Musik Festival, um die Veranstaltungen im Sinne der Nachhaltigkeit durchzuführen?

Im Kulturbereich sind natürlich Transport, Anreisen und Flüge essentiell. Künstler sowie Besucher müssen sich auf den Weg machen. Als nachhaltige Maßnahmen haben wir im Personenverkehr kostenlose Buslinien eingerichtet. Das Catering wird von den Spielorten und lokalen Partnern übernommen und es wird kein Einweggeschirr verwendet. Zudem sind wir dabei, die Mitarbeiterflotte auf E-Autos umzustellen.

Wir betrachten es auch als nachhaltig, dass wir historische Orte mit Leben füllen und Traditionen bewahren. Wir zeigen den

Menschen, wie schön die Region ist und bieten ihnen in ihrem Umfeld etwas Besonderes.

Was motiviert Sie?

Immer wieder neue Idee zu entwickeln, ist meine größte Motivation. Dafür bleibe ich stets in Bewegung. Eine besondere Herausforderung war die Coronapandemie und ich bin stolz darauf, wie wir sie mit kreativen Einfällen gemeistert haben. Zum Beispiel mit den Strandkorbkonzerten oder mit der beweglichen Bühne, dem Kubus.

Wie sehen Ihre Planungen für die Zukunft des Rheingau Musik Festivals aus?

Wir möchten in jedem Fall weiterhin Live-Erlebnisse an wunderschönen Orten anbieten. Diese müssen real sein, man kann sie nicht digital schaffen. Dennoch arbeiten wir im Bereich der Digitalisierung daran, wie wir das Kernprodukt in seiner Erlebnisqualität noch steigern und das Erlebnis noch verlängern können, beispielsweise mit Podcasts oder digitalen Programmheften. Zu-



Die Seebühne auf Schloss Vollrads ist alljährlich eine der wunderschönen Kulissen für Konzerte des Rheingau Musik Festivals.

Foto: Helmut R. Schulze/Rheingau Musik Festival

Zahlen und Fakten zum Rheingau Musik Festival

Das 37. Rheingau Musik Festival findet vom **22. Juni bis zum 7. September 2024** statt.

Es werden **155 Konzerte** an **24 Spielstätten** des Rheingaus und benachbarter Regionen aufgeführt.

Mehr als **140 000 Eintrittskarten** stehen zur Verfügung.

8 Millionen Euro betragen die Gesamtkosten.

Ein Landeszuschuss in Höhe von **25 000 Euro** sowie langfristige Sponsorenverträge, Konzerteinnahmen, Sachsponsorings und die Beiträge und Spenden der Mitglieder des Fördervereins sichern die Finanzierung.

Weitere Informationen:
www.rmf.de



Marsilius Graf von Ingelheim führt gemeinsam mit seinem Stiefvater Michael Herrmann die Geschäfte des Rheingau Musik Festivals. Nach einer Karriere im Finanzbusiness ist er in den Rheingau zurückgekehrt.

Foto: Rheingau Musik Festival

Generationenkonflikt im Arbeitsleben

Human Resources Die GenZ hat keine Lust auf Arbeit, behaupten die Älteren. Die Silver Worker können keine Digitalisierung, sagen die Jungen. Was ist dran an den Vorurteilen und sind die Gräben zwischen Jung und Alt tatsächlich so tief? Wissenschaftliche Studien und Erfahrungen von Unternehmen beleuchten die Hintergründe.



Es herrschen diverse Meinungen und Vorurteile zwischen den Babyboomern und der Gen Z und es bestehen oft unterschiedliche Arbeitsauffassungen. Doch das sollte nicht zu größeren Konflikten führen.

Foto: pathdoc/stock.adobe.com

Von Gudrun Heurich

Für die Generation der Silver Worker oder Babyboomer, geboren zwischen 1955 und 1964, hatte die Arbeit und der berufliche Aufstieg höchste Priorität. Das sieht bei der Generation Z, der zwischen 1996 und 2009 Geborenen, ganz anders aus. Für sie steht das private Leben, Familie und Freunde an erster Stelle – die Work Life Balance. Ergebnisse der Generationenforschung belegen: Junge Erwachsene sind zwar karriereorientiert, aber nicht um jeden Preis. Sie streben nicht nach hohem Wohlstand, aber nach finanzieller Sicherheit.

Ältere Mitarbeitende halten ihre jungen Kolleginnen und Kollegen oft für faul und verwehlich, sie stellen zu viele Forderungen, statt Leistung zu erbringen. Woher kommt dieser Frust gegenüber der jungen Generation? Tatsächlich haben die Älteren schon immer Vorbehalte gegenüber der Jugend, das sei zunächst nicht außergewöhnlich, sagt der prominente Jugend- und Generationenforscher Klaus Hurrelmann. Dazu komme die aktuelle Situation am Arbeitsmarkt, die sich die jüngere Generation zunutze mache.

Denn Fakt ist, dass sich die geburtenstarken Jahrgänge der Babyboomer in den nächsten Jahren in den Ruhestand verabschieden werden. Dann könnten den Unternehmen laut einer Studie des Nürnberger Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung bis zu sieben Millionen Arbeitskräfte verloren gehen. Doch nicht nur die Arbeitskraft dieser Generation wird eine riesige Lücke hinterlassen. Auch die Eigenschaften und Werte, für die sie stehen und die sie auszeichnen, gehen mit ihnen.

Die Generation Babyboomer

Man sagt ihnen Fleiß und eine hohe Arbeitsmoral nach. Babyboomer oder Silver Worker machen nicht pünktlich Feierabend, wenn die Arbeit nicht erledigt ist. Sie sehen es als ihre Pflicht an, ihre Aufgaben gut zu erledigen. Die Lehrjahre vieler Babyboomer waren keine Herrenjahre, mit Kritik wurde früher nicht gespart. Doch sie haben nicht aufgegeben, um sich Erfolge zu erarbeiten. Resilienz, die Fähigkeit, sich den Umständen anpassen zu können, ist ein wichtiges Merkmal der Boomer. Verantwortungsbewusstsein und Anpacken ist selbstverständlich. Das Geschirr in der Betriebsküche wird gespült, ohne zu

fragen, ob das eigentlich zur job description gehört. Arbeiten werden erledigt, auch ohne spezielle Aufforderung. Die Loyalität zum Unternehmen zeigt sich in der Beschäftigung über viele Jahre bei derselben Firma. Vor allem die Frauen dieser Generation mussten sich einiges hart erarbeiten. Job und Kinder unter einen Hut zu bringen, ohne die Entlastung durch Ganztageskindergarten und -schulen. Sprüche, die heutzutage nicht mehr durchgingen, wurden eingesteckt. Ihr Einsatz hat es ihren Töchtern und Enkelinnen leichter gemacht. Boomer haben viele Techniken, die heute die Arbeitswelt bestimmen, mitentwickelt – zum Beispiel die Digitalisierung und die Künstliche Intelligenz. Übrigens sind auch Steve Jobs und Bill Gates Babyboomer.

Die Generation Z

Die GenZ (oder auch „Digital Natives“) ist in einer Zeit aufgewachsen, die von Technologie und schneller Verfügbarkeit bestimmt ist. Junge Menschen sind oft gut ausgebildet und technologieaffin – aber vor allem selbstbewusst. Potenzielle Mitarbeitende also, die in Bezug auf die Digitalisierung versiert sind und wissen, was sie wollen. Ihnen sagt

man nach, dass sie Karrieremöglichkeiten suchen, die ihren Vorlieben und Interessen entsprechen und eine Work-Life-Balance ermöglichen. Im Job motivieren sie vor allem ein gutes Gehalt und Spaß. Sie wollen zwar Karriere machen, aber mit der Viertagewoche. Warum unterscheidet sich ihre Arbeitseinstellung so gravierend von der ihrer Eltern und

Großeltern? Viele Angehörige dieser Altersgruppe erlebten und erleben bereits in jungen Jahren Krisen: Klimawandel, Coronapandemie, Kriege in der Ukraine und in Israel. Viele Jugendliche sehen sich im Dauerkrisenmodus, ein zu hoher Prozentsatz ist psychisch angeschlagen. Dies trübe den Blick der Gen Z auf die Zukunft, sagen Untersuchungen wie



Interne Fortbildungsprogramme in Unternehmen, bei denen jüngere Mitarbeitende ältere Kolleginnen und Kollegen schulen und umgekehrt ältere Beschäftigte Jüngeren ihr Wissen und ihre Erfahrung weitergeben, können das Arbeiten im Generationenmix stärken.

Foto: Fizkes/stock.adobe.com

Studie Silver Workforce

Nach und nach verabschieden sich die Babyboomer in den Ruhestand. Daher wird sich die bereits angespannte Lage am Arbeitsmarkt weiter verschärfen. Eine Lösung könnte der stärkere Fokus auf ältere Beschäftigte sein. Doch viele Unternehmen haben die Altersgruppe 50 plus kaum im Blick, wie die aktuelle Studie „Silver Workforce 2023“ ermittelte, die der Personaldienstleister ManpowerGroup Deutschland in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Innovationsinstitut für Nachhaltigkeit und Digitalisierung erstellt hat:

Nur 13,2 Prozent der insgesamt 417 befragten Unternehmen setzen auf Maßnahmen, um ältere Mitarbeitende fit und möglichst lange im Betrieb zu halten. Dabei wird der Beitrag der Silver Worker zum Unternehmenserfolg von den teilnehmenden Unternehmen und HR-Verantwortlichen hoch geschätzt. Jeweils rund 60 Prozent gaben an, dass Verantwortungsbewusstsein und Verlässlichkeit älterer Mitarbeitender sie überzeugten. Für 89,9 Pro-

zent der Teilnehmenden stechen die Silver Worker durch ihr großes Fachwissen hervor. Dennoch gibt es kaum Fortbildungsprogramme für die ältere Belegschaft. Auf interne Fortbildung setzen 14,5 Prozent der Unternehmen mit Trainee-Programmen. Hier schulen jüngere Mitarbeitende ältere Kolleginnen und Kollegen – vor allem im Digitalbereich. Doch der umgekehrte Fall, dass mit Mentoring-Programmen ältere Beschäftigte Jüngeren ihr Wissen und ihre Erfahrung weitergeben, ist nur etwa halb so hoch. Die Diskrepanz steigt mit der Betriebsgröße.

Dabei würden solche Programme das Arbeiten im Generationenmix stärken, sagen die Experten der ManpowerGroup. Das sei wichtig, um möglichst diverse Teams zu bilden, von deren Vielfalt Unternehmen profitieren könnten.

Weitere Informationen:
www.manpowergroup.de

Studien zur Zufriedenheit der Generationen

Jugend

Die deutsche Jugend ist in Krisenstimmung. Das ergab die aktuelle Studie „Jugend in Deutschland 2024“, für die mehr als 2000 Menschen der Generation Z (14 bis 29 Jahre) über ein Onlinepanel befragt wurden. Besonders große Sorgen bereiten den befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen die Inflation (65 Prozent) und Kriege (60 Prozent), aber auch teuer und knapper Wohnraum (54 Prozent) sowie der Klimawandel und eine Spaltung der Gesellschaft (je 49 Prozent). Auch bei ihrer Altersversorgung sehen viele junge Menschen große Probleme. 48 Prozent befürchten, im Alter eine niedrige Rente zu bekommen. Fast die Hälfte der jungen Befragten sagt, dass Deutschland nicht genug für den Schutz der Umwelt tut (45 Prozent). Gleichzeitig sind aber nur wenige bereit, für Nachhaltigkeit Verzicht zu üben. Besorgniserregend ist die steigende Zahl der mentalen Beeinträchtigungen der Gen Z. Die psychischen Belastun-

gen wie Stress (51 Prozent) und Erschöpfung (36 Prozent) haben weiter zugenommen. Fast jeder Neunte dieser Generation ist aufgrund psychischer Störungen in Behandlung. Was die Studie auch belegt: Jugendliche mit einer hohen täglichen Bildschirmzeit am Smartphone haben deutlich mehr psychische Probleme. Die Studie wird seit dem Jahr 2020 in regelmäßigem Abstand wiederholt. Sie wird von Simon Schnetzer herausgegeben und fachlich von Kilian Hampel und Klaus Hurrelmann begleitet.

Weitere Informationen:
www.simon-schnetzer.com

Silver Worker

Die Lebenszufriedenheit der „Silver Worker“ (66- bis 70-Jährige) ist dagegen gestiegen. Besonders bei denjenigen, die über das Renteneintrittsalter hinaus weiterarbeiten. Sie erreichte

2021 einen Mittelwert von 7,6 Skaleneinheiten (Höchstwert 10). Das ergab eine neue Auswertung des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW). Das Sozioökonomische Panel hatte zwischen 1995 und 2021 von 14 000 bis 30 000 Personen die Frage gestellt: „Wie zufrieden sind Sie gegenwärtig, alles in allem, mit Ihrem Leben?“ Für die Weiterarbeit im Alter waren den Befragten vor allem soziale Kontakte wichtig, die zu einer höheren Zufriedenheit beitragen. Ein Arbeitsplatz sorgt für Gespräche und Austausch. Dieses soziale Netz entfällt, wenn Menschen in den Ruhestand gehen, ebenso der strukturierte Tagesablauf. In der Gruppe der erwerbslosen 61- bis 65-Jährigen ist die Lebenszufriedenheit am niedrigsten. Dies belegt, dass der frühe Erwerbsausstieg keine Garantie für eine hohe Zufriedenheit ist.

Weitere Informationen:
www.die-deutsche-wirtschaft.de/wer-im-alter-arbeitet-ist-zufriedener

die Jugendstudie 2024 (Infokasten). Sie glauben, sowieso nicht den Wohlstand ihrer Eltern erreichen zu können. Zudem gehen sie davon aus, wesentlich länger bis zu ihrer Rente arbeiten zu müssen. Dies alles führe dazu, den Job nicht das gesamte Leben bestimmen zu lassen. Die Lebensqualität soll erhalten bleiben. Die Gen Z will flexibel und selbstbestimmt arbeiten und sich frühzeitig vor einem „Burn-out“ schützen.

Eine gute Nachricht ist, dass die hervorragenden Jobaussichten der Jugend zum Teil dieses Krisengefühl kompensieren. Im Ausbildungsbereich und im Berufsleben finden junge Leute heute ungeahnte Chancen. Das Ausscheiden der Babyboomer und die Vielzahl der frei werdenden Stellen eröffnen der jungen Generation großartige Perspektiven.

Die Bedeutung für Unternehmen

In diesem Kontext sind Unternehmen angehalten, sich mit den unterschiedlichen Situationen und Herausforderungen zu befassen. Sie sind auf den Nachwuchs angewiesen und müssen sich den Vorstellungen und Wünschen der rund zwölf Millionen Angehörigen der Generation Z stellen.

Firmen tun außerdem gut daran, ein Generationenmanagement zu betreiben und noch die Gelegenheit zu nutzen, die älteren Mitarbeiter mit den jüngeren zusammenzubringen. Sie können dafür sorgen, dass die Älteren den Jungen noch etwas von ihren Erfahrungen und Einstellungen mit auf den Weg geben. Und gleichzeitig die Vorstellungen der Generation Z in ihre Teamstruktur und Arbeitsweisen einzubeziehen. Denn sie haben gar keine andere Wahl – eine andere Nachfolgegeneration gibt es nicht.

Fortsetzung auf Seite 28



In jedem Berufszweig können jüngere Mitarbeitende von den Erfahrungen der älteren lernen. Gleichzeitig können aber auch ältere Kolleginnen und Kollegen von neuen, frischen Ideen und der Technologieaffinität der jungen Generation profitieren.

Foto: Anna Kosolapova/stock.adobe.com



34 Prozent der befragten Berufstätigen zwischen 50 und 67 haben schon einmal Altersdiskriminierung erfahren, wie eine Umfrage des Marktforschungsinstitut Appinio im Auftrag des beruflichen Netzwerks XING ergab. In 57 Prozent aller Fälle ging diese Diskriminierung von der Führungskraft aus.

Foto: Tunedin/stock.adobe.com

Studie Altersdiskriminierung

Mehr als jeder dritte Berufstätige zwischen 50 und 67 (34 Prozent) hat schon einmal Altersdiskriminierung erfahren. In 57 Prozent aller Fälle ging diese Diskriminierung von der Führungskraft aus. Das ergab eine Umfrage, die das Marktforschungsinstitut Appinio im Auftrag von XING aus Anlass des Deutschen Diversity Tages am 28. Mai unter 1000 Teilnehmern ab 50 Jahren zum Thema Altersdiskriminierung durchgeführt hat. Mehr als die Hälfte der Fälle bezog sich auf eine Mischung aus emotionaler und struktureller Diskriminierung. Emotionale Diskriminierung erlebten 18 Prozent der Befragten in Form von altersbedingter sozialer Ausgrenzung oder persönlichen Beleidigungen. Strukturelle Diskriminierung erfuhren 22 Prozent der Personen, die sich altersbedingt benachteiligt fühlen, in Form von altersbegrenzenden Regeln, Vorschriften oder Kriterien. Ihnen sind Aufgaben zugeteilt worden, die unter ihrem Anforderungs-

profil lagen (42 Prozent). 41 Prozent wurden in ihrem Aufgabenbereich beschränkt. Jeder Dritte (31 Prozent) erhielt keine Angebote für Fort- oder Weiterbildungen mehr und jeder Vierte (26 Prozent) wurde bei der Beförderung benachteiligt.

Thomas Kindler, Managing Director von XING dazu: „Angesichts des Fachkräftemangels können es sich Unternehmen weniger denn je leisten, ältere Arbeitnehmer auszugrenzen. Arbeitgeber sind daher gut beraten, das Potenzial an Wissens- und Perspektivvielfalt zu nutzen und vor allem die Zusammenarbeit verschiedener Altersgruppen aktiv zu fördern. Denn generationenübergreifende Teams sind ein echter Gewinn für jede Unternehmenskultur.“

Weitere Informationen:
www.xing.com/news

ANZEIGE

DORNBACH 

SIE KÖNNEN AUF

ANTWORTEN HOFFEN...

ODER SIE DIREKT ERHALTEN.
MIT DEN LÖSUNGSMACHERN.

Wir bei DORNBACH vereinen vielfältige Disziplinen in einer Expertengruppe. Mit Erfahrung, Kompetenz und in engem Austausch bieten wir unseren Mandanten individuelle Lösungen in allen Bereichen der Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung und Rechtsberatung an – insbesondere bei der Nachfolgeberatung.

Wir sind Lösungsmacher

Wirtschaftsprüfung · Steuerberatung · Rechtsberatung

WWW.DORNBACH.DE

Best Practice



Fotos: olaf nitz nitz-fotografie

Unternehmen berichten im Gespräch mit der WIRTSCHAFT über ihre Erfahrungen mit den unterschiedlichen Generationen.

Urso-Chemie GmbH, Montabaur, Hersteller von chemischen und kosmetischen Misch- und Reaktionsprodukten
70 Mitarbeitende

Dr. Michael Müller, Geschäftsführer und **Margaux-Sarah Zaufenberger**, Projekt- und IMS-Managerin:

„Wir denken, es ist nicht richtig, Personen und ganze Generationen in eine Schublade zu stecken. Menschen jeden

Alters haben unterschiedliche Charaktere, das gilt beruflich und auch privat. Die Gen Z ist nicht faul. Wir haben viele Bewerber, Auszubildende und auch junge Mitarbeitende, die pflichtbewusst sind und ein hohes Arbeitspensum leisten. Das Elternhaus spielt als Vorbild eine große Rolle und auch das Unternehmen erfüllt oft eine Vorbildfunktion in der Unternehmensleitkultur. Zu den oft genannten Forderungen der Jungen, zum Beispiel nach Homeoffice oder flexibler Arbeitszeit, ist festzuhalten, dass es früher die technischen Voraussetzungen dafür nicht gab, daher hat es auch niemand gefordert. Wir sehen keine Mehrforderungen bei jungen Mitarbeitenden. In Bezug auf die

Forderungshaltung unterscheiden wir zwei Personengruppen: Einmal die Arbeitssuchenden. Sie stellen weniger Forderungen, sie sind froh, wenn sie eine sichere Arbeitsstelle und ein regelmäßiges Einkommen haben. Zu der anderen Gruppe zählen die Verbesserer. Bei ihnen sind die Forderungen höher. Sie kennen ihren Marktwert und schauen, was sie für sich herausholen können: Benefits, Zulagen, mehr Gehalt, kürzere Arbeitszeiten, kürzere Fahrtzeiten, Betriebliches Gesundheitsmanagement. Sie suchen nach einem attraktiven Arbeitgeber, der ihnen mehr bietet als der bisherige. In unserem Unternehmen haben wir eine junge durchschnittliche Altersstruktur. Junge Leute können auch Vorgesetzte von älteren sein. Das birgt schon Konfliktpotenzial. Doch die Erfahrung der älteren ist nicht alles, junge Leute haben oft eine sehr fundierte Ausbildung. Wir kümmern uns darum, in jedem Bereich alle Generationen abzuholen. Auch beim Thema Digitalisierung stellen wir fest, dass die Aufgeschlossenheit nichts mit dem Alter zu tun hat, wir haben ältere Mitarbeitende, die sich sehr dafür interessieren, während andere am liebsten weiter mit Stift und Zettel arbeiten würden.“

Schottel GmbH, Spay, Hersteller von Antrieben und Steuerungen für Schiffe und Offshore-Anwendungen
1500 Mitarbeitende in der Firmengruppe

Jessica Moryson-Volk, Director HR (Bild rechts) und **Tamara Haberkamp**, Sachbearbeiterin HR:

„Wir arbeiten bei Schottel Hand in Hand und dies selbstverständlich auch generationenübergreifend. Unsere Silver Worker zeichnen sich durch ihre reiche Erfahrung, Zuverlässigkeit und

Loyalität aus. Sie bringen eine langfristige Perspektive und wertvolles Wissen mit, das über Jahre hinweg aufgebaut wurde. Gleichzeitig stehen unsere Gen Z, die als „Digital Natives“ für ihre technologische Versiertheit, Innovationskraft und frische Perspektive in die Arbeitswelt einen wertvollen Beitrag für unser Unternehmen leisten. Wir benötigen alle Generationen und

sind uns bewusst, dass die Bedürfnisse und Erwartungen der Generation Z berücksichtigt werden müssen, um als Unternehmen zukunftsfähig zu bleiben. Deshalb wollen wir unsere „CSR“ Corporate Social Responsibility weiter ausbauen. Wir setzen auf eine inklusive und wertschätzende Unternehmenskultur, flexible Arbeitsmodelle, fortlaufende Bildung und Nachhaltigkeit.“

Foto: Schottel GmbH



ANZEIGE



Das nächste Level im Firmenbanking.

Finanzen so effektiv managen wir Ihr Unternehmen. Das S-Firmenkundenportal.

Die zentrale Plattform mit vielen Angeboten rund ums Finanzmanagement.

Weil's um mehr als Geld geht.



Rassiger Vollektriker: der neue Porsche Macan, hier in der Turbo-Version.
Foto: Hersteller



Ein Traumauto wird zum Stromer

Der Porsche Macan wird in der neuen Generation nur vollelektrisch angetrieben. Bis zu 600 Kilometer Reichweite.

Von Wolfgang Ibel

Porsche ist seit mehr als sieben Jahrzehnten das Traumauto der Deutschen. Rassist im Temperament, einzigartig in der Form, von höchster Qualität in der Produktion. Es ist die Magie einer starken Marke, die die Produkte des erfolgreichsten Sportwagenherstellers der Welt so begehrt macht. Ein Unternehmen, das zudem immer mit der Zeit geht und nun einen neuen Gang eingelegt hat. Den neuen Porsche Macan mit seiner aufregenden Stromlinie gibt es nur noch mit Elektroantrieb.

Angeboten wird der Vollektriker mit seiner coupéhaften Figur in zwei Leistungsstufen und immer mit Allradantrieb. In der

Basis hat die Stuttgarter Neukreation als Macan 4 beachtliche 408 PS und eine satte Beschleunigung von 5,2 Sekunden aus dem Stand auf Tempo 100 und 220 km/h Höchstgeschwindigkeit. Getoppt wird diese Leistung vom Macan Turbo mit 639 PS. Mit ihm gelingt der Sprint von 0 auf Tempo 100 in 3,3 Sekunden und einer Spitze von 260 Kilometern – elektrisierende Werte. Seine Kraft verteilt der Edelflitzer über zwei neu entwickelte E-Motoren an beide Achsen.

Mit einem Luftwiderstandsbeiwert von 0,25 zählt der vollelektrische Macan zu den strömungsgünstigsten SUV. Generell, heißt es bei Porsche, habe man entschieden, dass sich die elektrischen Modelle formal nicht von den Verbrennern unterscheiden:

„Porsche bleibt Porsche.“ Auch ein elektrischer Porsche bleibe ein Sportwagen.

Eine Meisterleistung ist die Reichweite, die im besten Fall etwa 600 Kilometer beträgt. Damit ist der dynamisch gestylte Macan absolut reisetauglich. An einer Schnellladesäule dauert es keine 20 Minuten, um den Akku von zehn auf 80 Prozent mit neuer Energie zu versorgen. Vier Minuten vergehen, um Strom für 100 Kilometer in die Batterie zu leiten. Dabei setzt Porsche aufs „Segeln“. Geht der Fuß vom Beschleunigungspedal, ohne zu bremsen, wird der Antrieb komplett abgeschaltet. Dann gleitet der Wagen ohne weiteren Stromverbrauch möglichst weit. Auf Wunsch gibt es im neuen Komfort-Macan eine Hinterachslen-

kung mit einem maximalen Einschlagswinkel von fünf Grad. Dann verbessern sich Straßenlage und Handling weiter.

Die neuen Elektriker aus dem Hause Porsche sind etwas breiter und minimal flacher geworden und in beiden Versionen an den unterschiedlich geformten Bug- und Heckteilen zu erkennen. Auf einen klassischen Kühlergrill verzichtet Porsche, für eine deutlich verbesserte Aerodynamik sorgen am Bug variable Kühlluftklappen und ein geschlossener Unterboden. Die windschnittige Form geht nicht auf Kosten des Platzes. Das Raumangebot ist bei der E-Version noch besser geworden. Ob vorne oder im Fond: Bein-, Kopf- und Ellenbogenfreiheit sind bestens. Mit beachtlichen 540 bis 1348 Liter hat der 4,78 Meter lange Elek-

triker 127 Liter mehr Ladevolumen als sein Vorgänger. Dazu gibt es unter der vorderen Haube ein großes Staufach. Die Anhängelast beträgt zwei Tonnen, der Wendekreis liegt bei 11,1 Metern.

Im Innenraum mit seinen edlen Materialien findet sich ein Bedien- und Infotainmentsystem, das weitgehend dem des Cayenne und Panamera entspricht. Ein 12,6 Zoll großes, volldigitales Curved Display liegt in der Blickachse des Fahrers. Über die Lenkradbedienung lässt sich die Darstellung des Kombiinstrumentes sowie des erstmals verfügbaren Head-Up Displays individualisieren.

Mit einer Vielzahl wichtiger Assistenzsysteme, 13 Serien- und 59 Sonderfarben, acht Raddesigns und acht unterschiedlichen Innenraumfarben macht Porsche

Porsche setzt auf Elektromobilität

Der neue Macan ist nach dem Taycan das zweite vollelektrische Porsche-Modell auf dem Markt. Der Sportwagenhersteller plant, im Jahr 2030 mehr als 80 Prozent der Neufahrzeuge mit rein elektrischem Antrieb auszuliefern – abhängig von der Nachfrage der Kunden und der Entwicklung der Elektromobilität in den einzelnen Weltregionen. „Bei Porsche sind wir davon überzeugt: Elektromobilität ist die Zukunft. Es ist eine Gemeinschaftsaufgabe von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft, die Transformation der Mobilität gemeinsam voranzutreiben“, sagt Vorstandsvorsitzender Oliver Blume.

seinen neuen Stromer überaus attraktiv. Bei 84 100 Euro startet der Macan E, der elektrische Turbo steht ab 114 600 Euro in der Preisliste.

Elektrisch sparen

Corsa und Astra mit Hybridkraft schonen die Umwelt.

Zu den wenigen Kleinwagen, die von einem deutschen Unternehmen noch angeboten werden, zählt der 4,06 Meter lange Opel Corsa. Ein bewährter Dreizylinder-Opel, der mit der Zeit geht. In der neuen Version 1.2 DI Turbo fährt er als Freund der Umwelt ab 26 000 Euro mit einem intelligenten Mild-Hybrid-System als Einstiegsstufe zur E-Mobilität. Opels Junior braucht keine Ladesäule und keinen Stecker. Der Kniff: Er hat zusätzlich eine kleine Batterie, die sich unterwegs immer wieder auflädt, etwa beim Bremsen, beim „Segeln“ oder beim Ausrollen vor einer roten Ampel. Vorteil: Mit der neuen Energie kann er etwa nach dem Start einen Kilometer

elektrisch fahren. Danach schaltet sich der Benziner mit seinen 100 PS oder 130 PS ein. Das bringt beim Verbrauch insgesamt fast 20 Prozent Ersparnis und einen Schnitt von 4,7 Litern auf 100 Kilometern.

Der Spartrick: Nimmt der Fahrer den Fuß vom Gas, wird der Corsa umgehend langsamer und produziert fleißig Strom. So ist es beim Ausrollen sogar möglich, ohne zu bremsen an der roten Ampel zum Stehen zu kommen. Der Sprint von auf Tempo 100 dauert 7,9 bzw. 9,9 Sekunden. Die satte Spitze liegt bei 210 beziehungsweise 188 km/h. Der Kofferraum ist dagegen klassenüblich überschaubar. Dafür stecken in Opels Mini jede Menge digita-

le, virtuelle Extras, mal nützlich, mal als Unterhaltung. Auf Wunsch etwa das Spiel „Tic Tac Toe“ – für eine entspannende Runde auf dem Rastplatz.

Wer deutlich mehr Platz für Passagiere und Fracht sucht, hat mit dem formschönen, extrem leisen Raumwunder Opel Astra Sportstourer Plug-In-Hybrid (ab 42 000 Euro) das richtige Auto. Fast 1600 Liter Fracht schluckt der elegante, 4,62 Meter lange Kombi mit 225 PS Systemleistung. Rein elektrisch fährt der Saubermann, der in Rüsselsheim gebaut wird, 66 Kilometer. Bei entladener Batterie liegt der Spritverbrauch bei erfreulichen 6,5 Litern.

Fazit: Zwei elektrische Opel, die in die heutige Zeit passen. *wib*



Der neue Opel Corsa mit Mild-Hybrid-Technik ist der perfekte Einstieg in die Elektromobilität.

Foto: Hersteller



Viel Platz auf 4,62 Metern Länge: der Opel Astra mit Hybridantrieb.

Foto: Hersteller

ANZEIGE

- Volkswagen Partner Service
- Volkswagen Nutzfahrzeug Partner Service
- Audi Servicepartner
- Skoda Servicepartner
- E-Mobilität
- Gebrauchtwagen
- Jahreswagen
- Finanzierung / Leasing
- Unfallspezialist der Volkswagen AG

- Hilfestellung bei Schadensabwicklung
- Lackierungen in eigener Lackiererei
- Fahrzeugvermessung inkl. Assistenzsystemen
- Reifenservice
- Reparaturen / Glasreparaturen
- Klimaanlage-Service
- Economy Service Partner 4+ Volkswagen AG
- Dekra/TÜV Rheinland
- 24 h Abschleppdienst

Autohaus Schlotter GmbH
Tel.: 0 26 02 / 68 08 - 0

Christian-Heibel-Straße 41
56422 Wirges

info@autohaus-schlotter.de
www.autohaus-schlotter.de

Maxus läuft auf der Erfolgsspur



Der schafft was weg: Der elektrische Transporter Maxus eDeliver7 ist der ideale Wagen für Handel und Gewerbe.

Foto: Maxus

Die junge Marke bewegt Industrie, Handel und Gewerbe mit Elektrotechnik. Mit neuen Modellen bereit für die Zukunft.

Eine für Deutschland junge Marke gibt Gas. Maxus mit seiner spannenden Modellauswahl, die vor allem Handel und Wirtschaft bewegt, läuft schon nach kurzer Marktpräsenz auf der Erfolgsspur. Warum? Im Gespräch mit Levent Geyik, Produktexperte für die Marke im Autohaus Wahl.

Warum sind die Transporter von Maxus eine Alternative für Industrie, Handel und Gewerbe?

Maxus-Transporter sind attraktiv aufgrund ihrer Effizienz, Vielseitigkeit, Zuverlässigkeit und dem hohen Komfort. Hinzu kommt noch der günstige Anschaffungspreis, der in Barkauf, Finanzierung und Leasing dargestellt werden kann.

Für welche Käufer eignen sich die Maxus-Transporter besonders?

Vom kleinen Handwerksbetrieb über das Transportwesen bis hin zum Dienstleister. Eigentlich deckt die große Produktpalette von Maxus mit den verschiedenen Längen und Größen jeden Branchenbedarf ab. Nicht zu vergessen: Mit einer ADAC Assistance ist das Fahrzeug auch bei technischen Problemen schnellstmöglich geborgen und wird zur nächsten Maxus-Vertragswerkstatt gebracht, sodass der Transporter schnell wieder einsatzfähig ist.

Maxus bietet in erster Linie leistungsstarke Elektronutzfahrzeuge an. Im Programm ist aber auch ein Diesel. Wo liegen die Vorteile bei diesem Kraftpaket?

Der Diesel Transporter Maxus Deliver 9 ist in zwei Varianten erhältlich. Als Basisvariante mit einem Komfortpaket oder in der Luxury Variante. Vorteile sind die Größe des Fahrzeugs (L3H2 mit

einer Außenlänge von circa 6 Metern und einer Laderaumlänge von 3,41 Meter), die serienmäßige Ausstattung mit Assistenzsystemen, Rückfahrkamera, Touchscreen Display, Regen- und Lichtsensoren, Einparkhilfen, Spurhalteassistenten und einigem mehr. Angenehm sind Fahrkomfort und nicht zuletzt der Anschaffungspreis.

Maxus hat neben den Transportern ein vielschichtiges Angebot mit der Premium-Großraumlimousine MIFA 9, dem SUV Euniq 6 und dem Pick up T90 EV, alle drei mit Elektroantrieb. Ein aufregender Mix. Wie ist die Marke für die Zukunft aufgestellt?

Maxus hat sich bereits heute auf dem europäischen Markt etabliert. Die Produktpalette wird in naher Zukunft angepasst und erweitert. Sehr bald kommen einige sehr interessante Zwischenmodelle im Transportersegment mit

Elektroantrieb, aber auch als Dieselfahrzeuge, auf den Markt. Auch ein kleineres MIFA Modell wird es bald im PKW-Angebot geben. Man darf sich jetzt schon auf die neuen Fahrzeuge freuen. Die Marke entwickelt sich beständig weiter.

Wahl bietet Maxus schon eine längere Zeit an. Warum ist die Resonanz so positiv?

Wir sind uns bewusst, dass vor allem die Transporter immerzu funktionieren und rollen müssen. So haben wir uns auch im Service und in unserer Werkstatt aufgestellt und können schnell reagieren. In zwei Sätzen gesagt: Maxus ist keine Alternative mehr, sondern mittlerweile die erste Wahl. Gründe dafür sind: das PreisLeistungsverhältnis, die Ausstattung, die Verfügbarkeit und natürlich die Modellvielfalt.

wib

Der Stromer aus den Bergen

Cupra startet den Elektro-SUV Tavascan. Das E-Coupé soll Emotionen wecken.

Nur wenige Kilometer von der französischen Grenze entfernt liegt in Spanien die kleine Ortschaft Tavascan inmitten der imposanten Pyrenäen. Das Dorf ist die Namensquelle für einen neuen Cupra, der im VW-Konzern neue Verkaufshöhen erklimmen soll. Der Cupra Tavascan ist das erste vollelektrische SUV-Coupé der Marke und das zweite vollelektrische Modell des Unternehmens. „Der Wagen verkörpert die einzigartige Vision einer vollelektrischen Zukunft“, sagt Firmensprecherin Melanie Stöckl. „Er weckt Emotionen und spricht eine neue Generation an, die mit konventionellen Regeln bricht.“

Das sportlich-elegante SUV-Coupé, positioniert in der Mittelklasse, fällt gleich auf mit seinem beleuchtetem Logo auf Haube und Heckklappe. Er hat viel Technik von seinen Konzernbrüdern Skoda Enyaq und dem Audi Q4 e-tron, aber eine völlig andere Optik. Er wirkt kraftvoll und dynamisch, muskulös und durchtrainiert mit seiner nach vorn geduckten Figur. Melanie Stöckl: „Mit seinem vollelektrischen Antrieb ist unser Neuer auf der Höhe der Zeit. Wie die Ortschaft Tavascan, die mit einem Wasserkraftwerk nachhaltig Energie erzeugt.“

Der 4,64 Meter lange, rassige Südländer hat zwei Leistungsstu-



Der Cupra Tavascan ist das erste vollelektrische SUV-Coupé der Spanier.

Foto: Cupra

fen und ist auch mit Allrad zu haben. Einstiegsmodell ist der 286 PS starke Endurance mit einer Reichweite von 568 Kilometern. 340 PS treiben das Topmodell VZ an, die Reichweite ist etwas geringer. In nur 5,6 Sekunden wird Tempo 100 erreicht. Die Spitze liegt bei 180 km/h. Beim VZ sind die Sahnehäubchen das Sportfahrwerk mit der 1,5 Zentimeter tiefer gelegten Karosserie und eine progressiv ausgelegte Lenkung.

Unterwegs zeigt sich seine ganze Klasse: Der Tavascan fährt sich spitzenmäßig und geschmeidig mit seiner Elektrokraft. Handlich und präzise auch in den scharfen Kurven. An Bord sind jede Menge Schutzengel: Dazu zählen eine vorausschauende automatische Distanzregelung, Schilderererkennung, Spurhaltung, Ausstiegswarnung, Erkennung von Passanten und Radfahrern. Cupras Chefentwickler Carlos Gonzales Tröger verspricht 100 „frische“ Kilometer nach sieben Minuten Ladezeit. Um die Batterie von zehn auf 80 Prozent ihrer Kapazität zu bringen, vergehen 30 Minuten an der Schnellstation.

Bestellbar ist der Flitzer, der in China bei VW gebaut wird, ab 56 210 Euro. Lange vor dem Verkaufsstart wurde der Stromer Hunderten von Tests unterzogen. Einer der anspruchsvollsten war der Dauertest, bei dem das Auto 30 000 Kilometer bei Tag und Nacht zurücklegen musste, um sein Verhalten zu beobachten und die Leistung zu optimieren.

Der rassige Tavascan wird nicht das letzte neue E-Modell der Spanier sein. Firmenchef Wayne Griffiths: „Die Reise der Marke hin zur Elektrifizierung ist ein unaufhaltsamer Impuls – sie steht im Zentrum unseres gesamten Handelns.“ Cupra werde bis 2030 zu einer vollständig elektrischen Marke.

sib

Mit neuer Energie in die Zukunft

Honda hat die Familie elektrifiziert. Der CR-V Hybrid fährt 80 Kilometer nur mit Strom.



In der 6. Generation geht der Honda CR-V in die Länge.

Foto: Hersteller

Honda war schon immer die etwas feinere Marke aus Fernost. Unvergessen der legendäre Sportflitzer CRX. Mit dem CR-V zählten die Japaner zur den Gründern der SUV-Generation. Auch der Jazz sorgte immer für viel Musik auf der Straße. Lediglich der Start eines Elektroautos mit dem kleinen Honda e erwies sich als spannungsarm.

Nun hat Honda hat seine Familie komplett elektrifiziert. Der neue, rein batteriebetriebene Kompakt-SUV mit dem schwierigen Namen „e:Ny1“ ersetzt den glücklosen, viel zu teuren und reichweitschwachen Honda e. Der neue Stromer ist 4,40 Meter lang, hat eine angemessene Reichweite von 400 Kilometern

und ist unter 40 000 Euro zu haben. Der flinke E-Honda soll ein Konkurrent etwa für den Hyundai Kona werden.

Auch der CR-V ist in seiner 6. Generation ein Elektriker geworden. Mit der neuen Ausgabe des Erfolgs-SUV lässt Honda dem Kunden erstmals die Wahl zwischen Full- oder Plug-in-Hybrid. Unter der Haube steckt ein Zweiliter-Benziner, gekoppelt mit einem Automatikgetriebe, in dem zwei Elektromotoren arbeiten und mit einer Systemleistung von 184 PS reichlich Kraft zum entspannten Fahren haben. Die Plug-in-Hybrid-Variante zählt dabei zu den Klassenbesten, denn der SUV-Klassiker kann mehr als 80 Kilometer weit rein elektrisch fahren. Das hat seinen Preis. Hon-

das Umwelt-Topmodell schrammt die Preismauer von 60 000 Euro.

Im Vergleich zum Vorgänger wuchs der große Honda noch einmal um elf Zentimeter auf beachtliche 4,71 Meter. Der Familien-SUV blieb dabei seiner optischen Linie treu, wirkt in der neuen Ausgabe aber selbstbewusster und robuster – einfach jung geblieben.

Durch das neue Format gibt es für alle Passagiere mehr Platz. Auch bei den elektronischen Helfern holt der CR-V weitere Wächter an Bord. Neu ist „Sensing 360“, eine permanente Rundumkontrolle. Kameras und Radar erkennen Fahrbahnstreifen, Schilder, Begrenzungen, Zweiradfahrer und Fußgänger, warnen bei drohender Gefahr. Ein wichtiger neuer Helfer ist zudem ein Stauassistent. Er nimmt einem das lästige Stopp-and-Go-Fahren ab und schaltet ab 72 km/h automatisch auf den aktiven Spurhalteassistenten um.

Liebhaber der Marke Honda, denen der CR-V zu groß ist, werden den praktisch-sportlichen ZR-V mögen. Er ist angesiedelt zwischen CR-V und HR-V und misst 4,57 Meter. Auch er hat Strom im Tank. Ein Vollhybridler mit zwei E-Motoren und einem Benzin (ebenfalls mit 184 PS) ab 44 000 Euro. Der kürzere Bruder übernimmt viel Technik vom Civic, hat aber eine flottere Optik. Eine Allradvariante gibt es nicht.

Fazit: Honda fährt mit der ganzen Flotte und neuer Energie erfolgversprechend in die Zukunft.

wib

Peugeot startet einen großen Charmeur

Der vollelektrische E-5008 befördert bis zu sieben Passagiere 660 Kilometer weit.

Olala. Elegant gleitet der Charmeur auf leisen Sohlen über die Straße. Ein Auto, maßgeschneidert im Luxusanzug. Ein echter Franzose: chic und doch praktisch, mit Platz für bis zu sieben Passagiere auf 4,79 Metern Länge. Ein Stromer zum Verlieben und ein Freund der Umwelt, der optisch im Trend liegt. Peugeot startet den vollelektrischen Luxus-SUV E-5008 zum Preis ab 51 150 Euro. Für die noblere Version GT werden 55 950 Euro berechnet.

Erst einmal genau hingeschaut: Die Front ist die gleiche wie bei der 16 Zentimeter kürzeren Schwester E-3008. Markant sind die schlitzartigen LED-Augen und eine freche Lichtsignatur mit den drei Krallen der Löwenmarke. Der Kühlergrill wird durch eine

schmale, elegante schwarze Zierleiste hervorgehoben, die sich um die gesamte Front zieht. Die Linieneinführung wirkt aerodynamisch und rassig. Auf Dekorelemente an der Karosserie wird verzichtet, statt Chrom setzt Peugeot auf graue und schwarz glänzende Teile. Der E-5008, als Konkurrent etwa des Mercedes EQB, ist nach E-3008 das zweite Modell, in dem das neue schwebende Panoramacockpit mit 21-Zoll-Display steckt. Angenehm im Dunkeln: Die LED-Ambiente-Beleuchtung kann in acht verschiedenen Farben individuell gestaltet werden.

Und dann dieser üppige Platz: Sind die Lehnen in den Reihen zwei und drei heruntergeklappt, passen bis zu 1815 Liter Gepäck ins Heck. Bei sieben Insassen bleiben klassenüblich nur noch 259

Liter Kofferraum. Wer zu fünft reist, kann stattliche 748 Liter Koffer einladen. Und das mit reichlich Temperament: In 8,8 Sekunden werden im Basismodell 100 km/h erreicht. Die Spitze liegt bei Tempo 170. Das Auftanken von 20 auf 80 Prozent dauert etwa 30 Minuten an der Schnellstation.

Der Wagen, den Familien, aber auch Firmen oder Hotels als Shuttlebus lieben werden, wurde von Anfang an als Elektromodell konzipiert und hat mit seinem Stromherzen 500 bis 660 Kilometer Reichweite bei vernünftigem Fahrstil. Auf Wunsch gibt es ihn auch mit Allrad für Fahrten bei Wind und Wetter, auch abseits guter Fahrbahnen. Seine gute Figur behält der Franzose auf allen Wegen. Und das zu einem fairen Preis.

wib



Elegante Größe: Der neue Peugeot E-5008 tankt Strom und überrascht mit viel Platz.

Foto: Peugeot

Nio startet ein Raumschiff

Der T-Cross als Raumwunder

Die Elektromarke Nio startet ein wahres Raumschiff. Der EL8 ist etwas über fünf Meter lang und transportiert bis zu sechs Passagiere. Die Karosserie besteht zu 90 Prozent aus einer Aluminiumlegierung. Der Allrad-SUV hat jede Menge Luxus an Bord: etwa einen Kühlschrank in der Mittelarmlehne, elektrische Beinstützen oder eine „Hot-Stone-Massage“-Funktion für die erste und zweite Sitzreihe. In vier Sekunden erreicht das neue Flaggschiff von Nio Tempo 100. 33 Sensoren und Kameras sind als Fahrhelfer an Bord. Das alles hat seinen Preis, der – je nach Version – zwischen 80 000 und 102 000 Euro liegt.



Der fünf Meter lange Nio EL8 ist ein rollendes Wohnzimmer.

Foto: Hersteller

BMW bleibt dem Diesel treu

BMW hat seinen Einstieg-1er attraktiver gemacht. Die Front ist jetzt flacher. Im Cockpit sind beim „Curved-Display“ physische Schalter und Tasten reduziert. Basis ist das Modell 120 mit 170 PS ab 38 000 Euro, Top-Modell bleibt der M135 xDrive mit 300 PS. Zudem gibt es zwei Dieselvarianten.

VW hat sein Erfolgsauto weiter aufgewertet. Mehr Platz für Leute und Ladung.

Von Wolfgang Ibel

Ein Star in der VW-Familie ist der T-Cross. Ein praktischer SUV. Ein Wagen für den Alltag, dessen Rückbank sich um 14 Zentimeter verschieben lässt. Im neuen Modelljahr haben die Wolfsburger ihr 4,12 Meter langes Familienauto aufgewertet. Front und Heck wurden neu geformt. Nicht nur optisch, auch technisch wurde der T-Cross weiterentwickelt.

Neu sind die serienmäßigen LED-Scheinwerfer und LED-Rückleuchten. Zudem erhielt der Innenraum eine neue Armaturentafel mit verfeinerten Oberflächen und einer moderneren Infotainmentgeneration. Zudem hat VW die Serienausstattung des in nur drei Jahren rund 1,2 Millionen Mal verkauften T-Cross erweitert. Zu haben ist er mit drei Turbobenzinmotoren. Ab 23 250 Euro für den 1.0 TSI mit 95 PS Benziner. Mit 110 PS ab 26 815 Euro. Der 1.5 TSI (150 PS) steht mit 30 925 Euro in der Preisliste.

Innen überzeugt der überraschliche Praktikus mit reichlich Platz für fünf Leute. Bis zu 1281 Liter Ladung können zugeladen werden. Neu: Die Beifahrersitzlehne ist ab der Ausstattungslinie „Life“ serienmäßig umklappbar. Die dann von hinten bis vorn durchgängige und 2398 Millimeter lange Ladefläche schluckt vom Surfboard bis zur mittelgroßen Leiter alles. Ein wahres Raum-



Hübschere Optik, neue Technik, mehr Kraft: Der aufgewertete VW T-Cross kann sich sehen lassen – auch im Urlaub in Spanien.

Foto: Hersteller

wunder. Deutlich erhöht hat Volkswagen die Stützlast des T-Cross: Sie stieg von 55 auf 75 Kilo. Damit bietet der neue T-Cross einerseits mehr Reserven beim Ziehen eines schweren Anhängers. Gleichzeitig steigt auch das maximal zulässige Gewicht von Fahrrädern, die per Träger via Anhängerkupplung mit auf Reisen gehen – und das ist besonders für den Transport von E-Bikes wichtig.

Als eines der weltweit wenigen Fahrzeugen dieser Klasse ist der T-Cross optional mit dem „Travel Assist“ ausgestattet. In Abhängigkeit vom vorausfahrenden Verkehr und der zulässigen Geschwindigkeit kann er durch das automatische Beschleunigen und Bremsen die Geschwindigkeit regeln. Dabei bindet der intelligente „Travel Assist“ auch Tempolimits, Kurven und Kreisverkehre in die Regelung mit ein. Gleich-

zeitig kann der Wagen via „Lane Assist“ die Spur halten. Ist der neue T-Cross mit DSG ausgestattet, kann er auch Stopp-and-Go-Fahrten automatisch absolvieren.

Die Topversionen „Style“ und „R-Line“ haben serienmäßig erstmals im T-Cross LED-Matrix-Scheinwerfer mit Abbiege- und Allwetterlicht an Bord. Die Version Style setzt eher auf Eleganz, während die Variante R-Line mit ihren Stoßfängern im „R“-Design

den sportlichen Charakter unterstreicht. Zur erweiterten Infotaimentausstattung der Topmodelle gehören ein Touchdisplay mit einem Durchmesser von 23,4 cm (9,2 Zoll), ein im Durchmesser 25,4 Zentimeter großes „Digital Cockpit Pro“ (10 Zoll), App-Connect für Apple CarPlay und Android Auto (Wireless & Wired) sowie eine Telefonschnittstelle.

Keine Frage: Der neue T-Cross wird seine Erfolgsfahrt fortsetzen.

ANZEIGE

ALLES SUPER BEIM DIESEL!



DELIVER 9

Der MAXUS DELIVER 9 überzeugt in jeder Beziehung: Großes Transportvolumen, hohe Qualität, moderner wirtschaftlicher 2.0 Commonrail Turbo Diesel – und ein überzeugend attraktiver Preis.

- Bis zu 1.140 kg Nutzlast
- Bis zu 2.800 kg Anhängelast
- L3H2 mit bis zu 11,5 m³ Ladevolumen

ANGEBOT NUR FÜR GEWERBEKUNDEN

DELIVER 9 L3H2 2.0 DIESEL BASE mit Komfortpaket

25.810 €

zzgl. gesetzlicher MwSt. i.H.v. 19 % und Überführungskosten



MAXUS

Abbildung zeigt aufpreispflichtige Sonderausstattung

Jetzt bei uns Probe fahren:

Horst Wahl GmbH & Co. KG MAXUS Vertragspartner

Andernacher Straße 232 • 56070 Koblenz • +49 261 80800-0
Alleestraße 22 • 56410 Montabaur • +49 2602 999752

Marco Bayer

Leiter der Goldbeck-Niederlassung in Koblenz



Fotos: Olaf Nitz Fotografie

Goldbeck ist mit mehr als 500 Projekten jährlich und einer Gesamtleistung von 6,7 Milliarden Euro eines der europaweit führenden Unternehmen im Gewerbebau. Das Familienunternehmen mit Hauptsitz in Bielefeld realisiert die Gebäude aus einer Hand: vom Design über die Erstellung bis zu Serviceleistungen während des Betriebs. „building excellence“ nennt das Unternehmen seinen Anspruch an sich selbst – als Synonym für die wirtschaftliche, schnelle und nachhaltige Erstellung der Gebäude bei passgenauer Funktionalität. In den Niederlassungen in Europa und in China begleiten die Mitarbeitenden die Kunden regional und handeln als Unternehmer vor Ort. Seit 2008 ist Goldbeck auch in Koblenz zu Hause. Marco Bayer, Leiter der dortigen Niederlassung erzählt der WIRTSCHAFT in einem Interview, wie ein Arbeitstag aussieht und was ihn bewegt.

Was motiviert Sie, jeden Tag in Ihr Büro zu fahren?
Das Gefühl, von hoch motivierten, freundlichen und gleichzeitig ausgesprochen fähigen Mitarbei-

tern empfangen zu werden. Wir sind ein sehr eng verbundenes und langjährig gewachsenes Team mit viel Freude und Herzblut an unserer täglichen Arbeit. Und natürlich die große Vielseitigkeit meiner Aufgaben, die immer wieder aufs Neue Herausforderungen und Veränderungen mit sich bringen.

Welche Person der Geschichte dürfte an Ihrem Schreibtisch/auf Ihrem Chefsessel Platz nehmen?

Steve Jobs – jedoch keinesfalls wegen seines Umgangs mit seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, sondern wegen seines Durchhaltevermögens. Dafür habe ich ihn sehr bewundert. Das Zitat „Ich bin mir sicher, dass Durchhaltevermögen die Hälfte des Unterschieds zwischen erfolgreichen und nicht erfolgreichen Unternehmen ausmacht“ ist mir beispielsweise besonders im Gedächtnis geblieben.

Wer darf Sie in Ihrem Büro beraten?

Ich berate mich grundsätzlich mit meinem Führungsteam und Mitarbeitern an unserem Koblenzer Standort. In jeder Phase eines Projekts müssen viele Entscheidungen getroffen werden, um dem Kunden später das für ihn ideale Gebäude bieten zu können. Dafür stehe ich mit unseren Spezialistinnen und Spezialisten im engen Austausch.

Wie viele Stunden haben Sie in diesem Büro (bereits) verbracht?

Grob ermittelt sich dies wie folgt: Vor knapp neun Jahren haben wir dieses Büro bezogen. Bei durchschnittlich 45 Wochenarbeitsstunden wären dies circa 20 000 Stunden. Natürlich muss man hiervon die Auswärtstermine und Urlaube abziehen. Dann bleiben aber sicher noch mehr als die Hälfte.

Haben Sie eine Vision, wie das perfekte Gebäude der Zukunft aussehen sollte? In Bezug auf Design und auf Nachhaltigkeit?

Nach meiner Vorstellung sollte sich das perfekte Gebäude vor allem zukunftsfähig flexibel anpassen und verändern lassen. Ins-

besondere hinsichtlich der Nutzung, die sich während des Lebenszyklus einer Immobilie sicherlich verändert. Nachhaltigkeit hat in den letzten Jahren deutlich an Bedeutung gewonnen und dominiert inzwischen jedes unserer Projekte. Goldbeck gewährt diesem Thema seit mehr als zwei Jahrzehnten große Aufmerksamkeit und hat bereits sehr früh wirtschaftlich sinnvolle Lösungen erarbeitet. Mit Hilfe von Amortisierungsberechnungen der Ingenieure können wir unsere Bauherren auch von den wirtschaftlichen Vorteilen nachhaltiger Konzepte überzeugen und ergänzend zu den aktuellen gesetzlichen Vorgaben zu einer entsprechenden Umsetzung bewegen.

Worauf blicken Sie, wenn Sie aus Ihrem Fenster schauen? Welche Gedanken kommen Ihnen dabei in den Sinn?

Ich schaue direkt auf den von uns realisierten Büropark mit mehr als 20 000 Quadratmetern Nutzfläche, und diese Aussicht erfüllt mich schon mit Stolz. Es handelt sich um architektonisch gelungene und gleichzeitig nachhaltige Bürogebäude, die den DGNB-Standard Gold erfüllen und dank niedriger Verbrauchskosten die Mieter langfristig erfreuen.

Wenn Sie eine Woche lang mobil und digital irgendwo in der Welt arbeiten müssten – wo wäre Ihr liebster Ort?

Tatsächlich würde ich in diesem Fall gern aus Südostasien arbeiten, vielleicht aus Singapur oder Hongkong. Alternativ wären auch die kanarischen Inseln ein favorisierter Ort mit weniger Zeitverschiebung und ganzjährig angenehmem Klima sowie fantastischen Golfplätzen.

Wo halten Sie sich noch lieber auf als in diesem Büro?

Am liebsten bin ich auf unseren Baustellen unterwegs, denn dort entsteht die eigentliche Wertschöpfung und der Ingenieur in mir wird geweckt. Und natürlich bin ich auch gern bei unseren Kunden vor Ort und tausche mich

mit ihnen zu den vielfältigen Projekten aus.

Was ist Ihre persönliche Energiequelle?

Zum einen meine Frau Kristina, die immer hinter mir steht und mir den Rücken freihält und zudem eine tolle Ratgeberin und ZuhörerIn ist. Zum anderen sind es die vielen kleinen Erfolgsmomente und positiven Entwicklun-

gen. Ich empfinde es als Glück, wenn ich fähige und motivierte Mitarbeiter bei ihrer Entwicklung unterstützen und fördern kann.

In meiner Freizeit treibe ich zum Ausgleich Sport, gehe auf den Golfplatz, verreise gern und erkunde neue Kulturen und Länder.

Die Fragen stellte
Gudrun Heurich

Zur Person



Name: Marco Bayer

Alter: 54

Geburtsort: Boppard

Ausbildung: Dipl.-Bauingenieur

Wichtige berufliche Stationen:
Mitglied der Geschäftsleitung Goldbeck Südwest GmbH seit 2021, Leiter der Goldbeck-Niederlassung/Prokurist in

Koblenz seit Gründung 2008. Zuvor als Bau- und Projektleiter bei der SE-Bau GmbH. Weitere Stationen waren die Zech Group und P1-Projektbau.

Familienstand: verheiratet, zwei Kinder

Hobbys: Sport, Golf, Reisen, Segeln

Motto: Wir können den Wind nicht ändern, aber die Segel anders setzen.

Zum Unternehmen

Name: Goldbeck

Gegründet: 1969

Gründer: Ortwin Goldbeck

Hauptsitz: Bielefeld

Standorte: mehr als 100 Standorte europaweit, seit 2008 in Koblenz

Kernkompetenz: Realisierung von zukunftsweisenden, nachhaltigen Immobilien in Europa.

Mitarbeitende: mehr als 12 800

Umsatz: 6,7 Milliarden Euro

Weitere Informationen:

www.goldbeck.de/standort/koblenz
www.goldbeck.de

FAMILIEN- UNTERNEHMEN

3/2024



Geführte Nachfolge

Die Think-Gruppe begleitet mit Fingerspitzengefühl bei der Unternehmensübergabe

SEITE 34



Gelungene Nachfolge

Die Geschwister der vierten Heuchemer-Generation verraten ihr Erfolgsgeheimnis

SEITE 35



Geplante Nachfolge

Mit dem frühzeitigen Aufbau einer Hierarchie sichert sich Fritz Stephan die Zukunft

SEITE 36

Wo sind die Nachfolger?

Mittelstand Die Übergabe eines Unternehmens ist ein komplexer und emotionaler Prozess. Abschied zu nehmen vom eigenen Lebenswerk fällt Unternehmerinnen und Unternehmern oft schwer. Dabei besteht derzeit das größte Problem darin, überhaupt einen Übernahmeinteressierten zu finden.

Von Gudrun Heurich

Immer mehr Firmeninhaber in Deutschland setzen sich mit dem Thema Nachfolge auseinander. Das Nachfolgemonitoring Mittelstand von KfW Research (Kreditanstalt für Wiederaufbau) zeigt, dass der Anteil von Inhabern, die eine Nachfolgeregelung anstreben, in den vergangenen sechs Jahren von 35 auf 41 Prozent angestiegen ist. Ursache für den Anstieg ist der demografische Wandel, der nun den Generationenwechsel im Mittelstand zur Folge hat. Mehr als eine Million Unternehmerinnen und Unternehmer sind laut KfW 60 Jahre oder älter. Bis Ende 2027 planen im Durchschnitt jährlich rund 125 000 mittelständische Unternehmen, ihren Betrieb im Rahmen einer Nachfolge zu übergeben.

Doch ob die Pläne der Unternehmen realisiert werden können, steht auf einem anderen Blatt, denn in den eigenen Reihen finden sich kaum interessierte Nachfolger. Das Institut und die Stiftung Familienunternehmen haben 2023 mit Hilfe ihrer gemeinsamen Datenbank FamData per Umfrage ermittelt, dass 42 Prozent aller befragten Unternehmen noch keinen Nachfolger aus der Familie für die Leitung des Betriebs gefunden haben. Immer weniger Familienunternehmen – zuletzt nur noch 34 Prozent – schaffen eine familieninterne Nachfolge.

Dabei wünschen sich die meisten Unternehmer (57 Prozent), jemandem aus der eigenen Familie das Lebenswerk zu übergeben. Für einen Verkauf der Firma an Externe sprachen sich 43 Prozent aus, für die Nachfolge durch Beschäftigte des Unternehmens 28 Prozent, für die Übergabe an ei-

nen Miteigentümer 21 Prozent (KfW-Studie Nachfolgemonitoring 2023).

Das schwindende Interesse potenzieller Übernehmer hat vielfältige Gründe. Laut ifo-Institut (Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München e. V.) ergab ein Stimmungsmonitor im Sommer 2023, dass 61 Prozent der Familienunternehmen in der Erbschaft- oder Schenkungsteuer eine starke oder sehr starke Belastung sehen. Dazu nennen sie weitere schwierige Rahmenbedingungen: Digitalisierung und Künstliche Intelligenz revolutionierten den Betrieb, die Auswirkungen von Pandemie, Krieg in Europa und Inflation seien immer noch spürbar, Klimawandel und steigende ökologische Anforderungen sowie der Arbeitskräftemangel erschweren das Führen eines Unternehmens zusätzlich, genauso wie Bürokratielast, Energiepreise und Steuerbelastung. Mehr als genug Faktoren also, die geeignet sind, eine Nachfolgenergeneration abzuschrecken.

Doch das mangelnde Interesse hat zur Folge, dass sich immer mehr Inhaber von mittelständischen Unternehmen mit Plänen für den Verkauf ihres Unternehmens oder gar der Schließung befassen. Aus dem Report Unternehmensnachfolge 2023 der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK) geht hervor, dass in den kommenden fünf Jahren rund 250 000 Unternehmen von vorzeitigen Schließungen betroffen sein könnten (hochgerechnet auf alle Inhaber ab 60 Jahren).

Für die IHK ist das ein Warnsignal: Viele Unternehmen könnten verschwinden und große Lücken in Wirtschaft und Gesellschaft hinterlassen.



Weitere Informationen

Nachfolgebörse Rheinland-Pfalz:
www.unternehmensboerse-rheinland-pfalz.de

Das IHK-Nachfolgehdbuch „Generationenwechsel im Unternehmen“:
www.ihk.de/pfalz

Die meisten Unternehmer wünschen sich einen Nachfolger aus der Familie. Doch immer weniger schaffen eine familieninterne Nachfolge.

Foto: Michaela Begsteiger/stock.adobe.com



Zahlreiche Herausforderungen machen es Nachfolgeinteressierten in Deutschland nicht leicht. Viele scheuen daher den Schritt in die Selbstständigkeit.

Bildquelle: KfW Nachfolgemonitoring 2023

Tipps und Fakten

- Die Planung für die eigene Unternehmensnachfolge sollte frühzeitig begonnen werden. Fachleute schlagen das 55. Lebensjahr als geeigneten Zeitpunkt vor.
- Der Übergabeprozess für ein Unternehmen kann mehrere Jahre in Anspruch nehmen.
- In Rheinland-Pfalz werden circa 35 Prozent aller Unternehmensübernahmen von Frauen durchgeführt.
- Rund die Hälfte der Unternehmerinnen und Unternehmer wünscht sich eine familieninterne Nachfolgeregelung.
- Der Verkauf des eigenen Unternehmens stellt derzeit für vier von zehn Unternehmern die bevorzugte Übergabemethode dar.
- Drei von zehn Unternehmern im Alter 65 und älter möchten ihr Unternehmen in den nächsten fünf Jahren noch nicht übergeben.
- Jede fünfte Unternehmensnachfolge erfolgt durch Migranten.
- Die Coronapandemie bremst Unternehmensnachfolgen.

Quelle: DIHK-Report Unternehmensnachfolge 2023

Unternehmensübergabe am Frühstückstisch?

Heiligenroth Den Wunsch, dass Sohn oder Tochter einst das Familienunternehmen übernehmen werden, müssen viele Firmeninhaber abschreiben. Der Nachwuchs hat andere Pläne. Hinzu kommen weitere Hürden, die eine Unternehmensübergabe erschweren. Hier ist Fingerspitzengefühl von Profis gefragt.



Das Lebenswerk in gute Hände zu übergeben, ist der Wunsch der meisten Unternehmerinnen und Unternehmer. Aufgrund des demografischen Wandels stehen in den nächsten Jahren viele Familienbetriebe vor einer Übergabe oder auch vor einem Verkauf.

Foto: jeremias münch/stock.adobe.com

Von Gudrun Heurich

Bereits seit 30 Jahren begleitet die Think Gruppe Unternehmen auf dem Weg in eine erfolgreiche Zukunft – von der Gründung über Wachstum und komplexe Finanzierungen bis zur Nachfolgeregelung. Vor allem das Thema Nachfolge ist

schon seit der Gründung ein Schwerpunkt in der Beratung geworden. „Die vielschichtige Thematik mit ihrer teils schwerwiegenden emotionalen Bedeutung bedarf einer besonderen Sensibilität“, weiß German Drechsler, Gründer und Seniorpartner der Think Gruppe und Mitbegründer von Exit Mittelrheinland – Allianz für Nachfolgestrategien. Als

„Unternehmensentwickler mit Herz“ begleitet er Unternehmerinnen und Unternehmer bei der Umsetzung von Nachfolgeprozessen und -projekten.

Die Weichen für die Zukunft zu stellen, ist brennendes Anliegen für viele Unternehmen. Firmeninhaberinnen und -inhaber wollen ihr Lebenswerk erhalten und in beste Hände übergeben.

Doch das gestaltet sich immer schwieriger. „Die größte Herausforderung für mittelständische Unternehmen ist es, überhaupt einen geeigneten Nachfolger beziehungsweise Käufer zu finden“, sagt Drechsler. „Da es für eine Übergabe unterschiedliche Modelle gibt, ist ein gut durchdachter, strategischer Prozess nötig, der frühzeitig begonnen werden sollte. Die wichtigste Komponente ist daher die Zeit.“

Firmeninhaber unterschätzen häufig die Komplexität und auch die Langfristigkeit des Themas. Eine gute Vorbereitung sei daher der beste Weg zum Ziel. Frühzeitig zu überlegen: wann will ich mein Unternehmen übergeben und wie will ich das gestalten. Dabei spielt es keine Rolle, ob das Unternehmen an ein Familienmitglied oder einen Mitarbeitenden übergeben wird oder verkauft werden soll. In jedem Fall muss es so aufgestellt sein, dass es für den Nachfolger interessant ist, beziehungsweise ein guter Verkaufspreis erzielt werden kann. Gerade die Vorstellungen über den Verkaufspreis gingen oft weit auseinander, berichtet Drechsler. Auch deshalb sei es umso wichtiger, sich frühzeitig mit dem Vorhaben zu befassen, um Maßnahmen für eine Wertsteigerung ergreifen zu können und das Unternehmen überhaupt übergabefähig zu machen – nicht zuletzt auch, falls es zu einer Notfallnachfolge kommt.

Die Dauer von der Überlegung bis zur Umsetzung könne einige Jahre in Anspruch nehmen, so der Unternehmensentwickler. „Viele kommen zu spät, nicht nur aufgrund des Alters, sondern auch aufgrund der Unternehmensstruktur. Der Betrieb ist nicht mehr up to date, er muss entripelt und optimiert werden. Nur dann kann man einen nahtlosen und guten Übergang gewährleisten.“ Für diesen Prozess seien schnell mal drei bis vier Bilanzjahre nötig. Während dieser Zeit sollten Unternehmerinnen und Unternehmer überlegen, wer als Nachfolger in Frage kommen könnte und diese frühzeitig aktiv ansprechen, rät Drechsler. In

einer Art Probezeit könne man beispielsweise testen, ob diese Nachfolge den gegenseitigen Vorstellungen entspricht.

Bei der Übergabe von Unternehmen innerhalb der Familie kommt als zusätzliche Herausforderung die hoch emotionale Seite hinzu. Am Frühstückstisch sei schon mal die Äußerung gefallen, dass der Sohn das Unternehmen einmal übernehme. „Das ist für manche Firmeninhaber die

gelt, erhält er einen Verkaufspreis für das Unternehmen oder wird ein Rentenmodell festgelegt? Hier sind viele Optionen möglich, die im Vorfeld abgestimmt werden sollten.

„Dass sich die Familienmitglieder so nah stehen, kann Chance, aber auch Risiko sein“, stellt Drechsler fest. „Der Inhaber muss annehmen und loslassen können und das im richtigen Maß. Ein übergangsweiser Rückzug kann



Eine frühe Vorbereitung ist der beste Weg zu einer erfolgreichen Nachfolge. Daher ist es ratsam, rechtzeitig mit dem Nachwuchs eine offene Kommunikation zu führen, um Ziele und Wünsche herauszufinden.

Foto: Jeanette Dietl/stock.adobe.com

einzigste Vorbereitung auf die Nachfolge“, erzählt Drechsler. „Doch das ist nicht allen Beteiligten so klar. Es muss eine offene und deutliche Kommunikation geben“. Vereinbarungen und Absprachen müssten geführt werden wie unter Außenstehenden. Zum Beispiel: Wann soll die Übergabe erfolgen und gibt es einen Übergang für den Rückzug des Inhabers? Wie ist die Altersvorsorge für den Übergeber gere-

sinnvoll sein, denn die Weitergabe seiner Erfahrungen kann sehr wertvoll sein.“ Für die oft emotional begleiteten Verhandlungen empfiehlt der Unternehmensentwickler, einen externen Moderator einzubinden. Er könne vermitteln und kenne die geeigneten individuellen Lösungen für Familien. „Denn auch nach der Firmenübergabe will man sich unter dem Weihnachtsbaum noch frohe Weihnachten wünschen.“





Fachkräfte | Azubis | KarriereChancen



MESSE
26. Oktober 2024
10 bis 18 Uhr



VERANSTALTUNGSORT
Stadthalle Wirges
Montchaninplatz 1 | 56422 Wirges



INFOS
rz-forum.de/waellerjobs

Veranstalter



und ihre Heimatausgaben

KARRIEREMESSE IM WESTERWALD

Ihre Vorteile:

- Einzigartige Gelegenheit, potenzielle Arbeitnehmer und Auszubildende persönlich kennenzulernen
- Sie stellen Ihr Unternehmen vor und informieren über aktuelle Stellenangebote
- Sie knüpfen wertvolle persönlich Kontakte

Wir bieten:

- Ein umfangreiches Rahmenprogramm, das die Messe einzigartig und attraktiv macht (Flugsimulator, Riesenrad, Food Trucks)
- Vorträge der Aussteller
- Professionelle Bewerbungschecks
- Außergewöhnliche Location für die ersten Gespräche

Wir sorgen für die Bekanntheit der Messe:

- Großräumige Verteilung einer Messebeilage mit allen Informationen zu der Messe und zu allen Ausstellern
- Flyerverteilungen mit dem gesamten Programm
- Anzeigen in der Tageszeitung
- Social-Media-Kampagnen
- Redaktionelle Berichte



German Drechsler ist Gründer und Seniorpartner der Think Gruppe und Mitbegründer von Exit Mittelrheinland. Der Unternehmensentwickler begleitet Unternehmerinnen und Unternehmer im schwierigen Prozess der Nachfolge.

Foto: Think Gruppe

Unternehmensnachfolge innerhalb der Familie

Die Nachfolgesituation hat sich in den letzten Jahren stark verändert:

Vormals wurden von zehn Übergaben von Familienunternehmen vier bis fünf innerhalb des Mitarbeiterstamms und der Rest über externe Nachfolge oder Verkauf.

Heute werden von zehn Unternehmen zwei innerhalb der Familie übergeben (Tendenz weiter fallend), nur noch 0,5 gehen an Mitarbeitende und zwei bis drei werden verkauft. Die restlichen Unternehmen werden abgewickelt („Cash-Out“).

Umfragen zeigen, dass immer weniger junge Menschen selbständig werden möchten.

Zum Unternehmen

Name: Think-Gruppe

Gegründet: 1994

Gründer und Senior Partner: German Drechsler

Sitz: Heiligenroth

Kernkompetenz: Ganzheitliche strategische Unternehmensentwicklung

Weitere Informationen: www.think-gruppe.de

Impressum

„FAMILIENUNTERNEHMEN“ ist eine Sonderveröffentlichung der Rhein-Zeitung, Nr. 3/2024

Herausgeber: Mittelrhein-Verlag GmbH, 56072 Koblenz

Verleger: Walterpeter Twer

Geschäftsführer: Thomas Regge

Redaktion: Gudrun Heurich

Layout: Armin Lehmler

Anzeigen: rz-Media GmbH, 56072 Koblenz

Geschäftsführer: Evangelos Botinos (V.i.S.d.P.)

Druck: Industriedienstleistungsgesellschaft mbH, 56072 Koblenz

Gelungene Nachfolge

Bad Ems Wie die Übernahme des Familienunternehmens erfolgreich und harmonisch verlaufen kann, demonstriert das Unternehmen Heuchemer Verpackung in Bad Ems. Die drei Geschwister teilen sich als vierte Generation die Geschäftsleitung. Alle hatten immer den Wunsch, in die Firma einzusteigen.

Von Gudrun Heurich

Im Oktober 1920 gründete Carl Heuchemer das „Lahn-Säge- und Hobelwerk“ für die Fertigung von Holzverpackungen in Bad Ems. Heute führen seine Urenkel Christian, Laura und Sophie Heuchemer den Betrieb, den sie 2012 vom Vater übernommen haben.

„Wir sind tatsächlich die Ausnahme“, sagt Laura Heuchemer, „von uns Geschwistern wollte jeder Einzelne immer im Familien-

betrieb arbeiten. Unser Vater hat mit diversen Verfügungen dafür gesorgt, dass alle drei gleichberechtigt ihren Weg im Unternehmen gehen können.“

Wie ihnen das gelingt, was in vielen Familienunternehmen zu Konflikten führt, erklärt die Inhaberin: „Auch wir sind sicher als Familie nicht perfekt und haben nicht immer die gleichen Ansichten.“ Zusammen mit Teams und unterschiedlichen Verantwortlichkeiten werde diskutiert und abgestimmt. „Es gab noch keinen Streitfall, bei dem wir nicht mit einem Konsens vom Tisch aufgestanden wären.“

Ein großer Vorteil sei auch, dass die Geschwister jeweils andere Schwerpunktbereiche abdecken: Christian Heuchemer ist zuständig für Finance, Controlling und Logistik, Laura für Personal, PR/Marketing und strategische Projekte der Geschäftsleitung, und Sophie verantwortet die Bereiche Forschung und Entwicklung, technische Ausstattung und Nachhaltigkeitsmanagement.

Bereits im Elternhaus habe man vom Vater tiefgreifende unternehmerische Werte gelernt, erzählt Laura Heuchemer. Durch seinen frühen Tod hätten die Geschwister schon sehr früh Verantwortung übernehmen müssen. „Wir waren daher unseren Auf-

gaben schon weit voraus. Heute fällt es uns leicht, verschiedene neue Prozesse wie Homeoffice, New Work oder Digitalisierung als völlig normale Veränderungen in einer modernen Arbeitswelt zu akzeptieren. Wir führen keine Diskussionen über das Warum, sondern nehmen es an.“

Max Ortseifen, Mitarbeiter bei Heuchemer, ist neu im Unternehmen und von der modernen und offenen Art der Kommunikation mit der Geschäftsleitung überzeugt: „Frische Ideen sind erwünscht und Flexibilität in der Arbeit wird akzeptiert. Die Vielfalt und die Stärken der einzelnen Kolleginnen und Kollegen werden gefördert.“

Es ist offensichtlich, dass für die Heuchemers die Firma der Lebensmittelpunkt ist. „Sie ist das, wovon alles ausgeht“, sagt die Inhaberin. „Wir sind ganz natürlich jeden Tag bereit, Leistung zu bringen und das mit Herzblut. Das erwarten wir auch ein Stück von unseren Beschäftigten.“ Arbeitszeiten würden nicht kontrolliert, aber wenn wichtige Aufgaben anstünden, werde auch von den Mitarbeitenden erwartet, dass sie – ohne auf die Uhr zu schauen – diese erledigen. „Im Gegenzug sind ihrer persönlichen Entfaltung bei uns keine Grenzen gesetzt.“

An eine weitere Nachfolgeplanung denke man derzeit noch nicht, so Laura Heuchemer, das

habe noch Zeit. Das älteste Kind der 5. Generation geht noch nicht zur Schule und das jüngste ist erst fünf Monate alt. Dennoch handelten alle drei Geschwister täglich in dem Sinne, beste Entscheidungen für das nachhaltige Fortbestehen des Familienunternehmens zu treffen. „Wir sehen es als Luxus und als ein riesiges Geschenk, wenn sich die nachfolgende Generation dem stellen möchte. Wir tun alles dafür, um sie verantwortungsvoll vorzubereiten.“



Die drei Heuchemer Geschwister Laura, Christian und Sophie leiten in der vierten Generation das Unternehmen, das 1920 von ihrem Urgroßvater Carl gegründet wurde. Für sie gab es nie einen Zweifel, dass sie in den Betrieb einsteigen werden.

Foto: Heuchemer

Zum Unternehmen

Name: Heuchemer Verpackung

Gegründet: 1920

Geschäftsführer: Christian Maximilian Heuchemer, Günter Meder, Laura Heuchemer, Sophie Heuchemer

Sitz: Bad Ems, weitere Standorte in Miehlen im Taunus und in Sarreguemines in Frankreich

Kernkompetenz: Herstellung von Verpackungen aus Well- und Vollpappe, Kunststoff und Holz.

Mitarbeitende: mehr als 370

Weitere Informationen:
www.heuchemer.de
www.lamaxso.com

Onlineshop Lamaxso

Eine neue Idee der drei Heuchemer Geschwister ist der Onlineshop mit dem Namen **Lamaxso** – gebildet aus den Vornamen **Laura, Max** und **Sophie**. Er ist Bestandteil der **Heuchemer Digital**, einem Geschäftsbereich der **Heuchemer Verpackung**, für den **Sophie Heuchemer** hauptverantwortlich ist.

Das ursprüngliche Ziel war – als Ergänzung zum Kerngeschäft der Maschinenherstellung von Verpackungen – die Produktion einer kleineren Auflage an kreativen Verpackungsideen für die Zielgruppe Start-ups, Freiberufler, Selbständige oder Hersteller kleinerer

Produktmengen. Informationen aus der Branche und Wünsche von Kunden hätten diesen Anspruch gezeigt.

Realisiert werden konnte das Vorhaben durch die Entwicklung neuer Maschinen wie die Laserstanze, eine Weltneuheit. „Dank des Laserstanzverfahrens sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt“, verspricht Mitarbeiter Max Ortseifen. „Kunden können auf der Lamaxso-Website mit dem Onlineeditor ihre Verpackung selbst gestalten oder Kontakt zum firmeneigenen Grafikdesigner aufnehmen. Wir machen dann das fertige Produkt daraus.“

Er nennt weitere Vorteile des Verfahrens wie den unkomplizierten, zeitsparenden Workflow, die Ressourcenschonung und die Kosteneinsparung für Klischees oder Druckplatten.

„Wir wollten etwas Neues ausprobieren“, so Laura Heuchemer. „Mit den vielfältigen Möglichkeiten für individuelle Verpackungen bot sich ein digitaler Vertriebskanal an. Wir konnten auch Mitarbeitende dafür begeistern, hier etwas Tolles aufzubauen. So ist der Lamaxso Onlineshop entstanden.“

MERTGEN



Mertgen Schlüsselfertigbau GmbH | August-Thyssen-Straße 23-25 | 56070 Koblenz

www.mertgen.de

Bauen. Mertgen. Zukunft



Luft zum Überleben

Gackebach Beatmung, insbesondere von Früh- und Neugeborenen, ist das Spezialgebiet der Fritz Stephan GmbH. In dem kleinen Ort im Westerwald hat sich das Familienunternehmen als Technologieführer weltweit einen Namen gemacht. Während der Coronapandemie, aber auch im Rahmen der internationalen humanitären Hilfe, konnten die Geräte kleinen und großen Patienten das Leben retten. Geschäftsführer Bernd Höhne erzählt in einem Interview mit der WIRTSCHAFT von spannenden Aufgaben und Zukunftsaussichten.

Von Gudrun Heurich

Was zeichnet Ihr Angebot aus und wer sind Ihre Kunden? Unser Schwerpunkt liegt auf der Herstellung von Beatmungsgeräten im Neugeborenen-Sektor. Damit beliefern wir Kliniken und Perinatalzentren – ausschließlich im B2B-Bereich, denn die Bedienung der Beatmungsgeräte für Neugeborene erfordert eine hoch qualifizierte Ausbildung.

Unsere zweite Sparte sind Beatmungsgeräte für Erwachsene und Notfall-/Transportgeräte. Diese sind für eine einfachere Bedienung für Notärzte und Rettungssanitätern ausgerichtet und halten auch hohe Sonneneinstrahlung, Gewitter oder einen Einsatz im Straßengraben aus.

Für Ihre Produkte forschen Sie mit Medizinern, Anwendern und Entwicklern. Wie sieht diese Forschung aus? Gibt es neue Produkte, die sich derzeit in der Entwicklung befinden? Es gibt verschiedene Ansätze für unsere Forschung: Drittmittel- oder Direktförderung von Wissenschaftlern in Universitäten, gemeinsame Forschungs- und Entwicklungsprojekte von Universitäten und der Fritz Stephan

GmbH, Verbundkooperationen national und/oder europaweit von mehreren Partnern und über die Auftragsentwicklung.

Derzeit läuft ein sehr wichtiges Projekt für die Erstversorgung von Frühgeborenen im Kreißsaal, das die Spontanatmung bei respiratorischen Störungen des Neugeborenen untersucht.

Sie liefern Beatmungsgeräte in Krisen- und Kriegsgebiete, zum Beispiel in die Erdbebengebiete in der Türkei,



Bernd Höhne ist Geschäftsführer bei der Fritz Stephan GmbH und Experte für Neonatologie. Seine Nachfolge wurde frühzeitig geplant.

Foto: Fritz Stephan GmbH

nach Gaza, Ägypten oder in die Ukraine. Wie wird das abgewickelt?

Mit der neuen Lagerhalle für die Beatmungsgerätereserve haben wir ein gemeinsames Projekt mit der Bundesregierung realisiert. Mit dieser Reserve konnten wir im Februar 2023 150 Geräte innerhalb von 36 Stunden in die Erdbebenregion in der Türkei liefern. Im Zuge des Gazakonflikts wurden innerhalb einer Woche 50 eingelagerte Geräte umgebaut, um die Intensivversorgung von Babys auf der Flucht nach Ägypten sicherzustellen. Die Geräte wurden von verschiedenen Rettungsorganisationen bei uns abgeholt und zum Luftwaffenstützpunkt Wunstorf verbracht. Die Kosten für Transport und Logistik haben wir selbst finanziert – ohne Kostenabsicherung der Behörden. Unser Unternehmen steht für eine gewisse Moral und Ethik.

Wie relevant ist das Thema Nachhaltigkeit? Welche Berichtspflichten müssen Sie erfüllen?

Wir stellen lebensrettende und -erhaltende Produkte her. Dies unterliegt per se strengen gesetzlichen Vorgaben und Berichtspflichten. Nachhaltig ist in unserem Unternehmen alles, was möglich ist: auf allen Dächern Photovoltaikanlagen, Einsatz von

Wärmepumpen und Elektrofahrzeuge. Geplant ist die Einführung eines eigenen Umweltmanagements.

Mit welchen besonderen Herausforderungen sehen Sie sich aktuell konfrontiert?

Der Markt für Erwachsenenbeatmungsgeräte ist nach der Pandemie komplett übersättigt. Wir

Zum Unternehmen

Name: Fritz Stephan GmbH

Gegründet: 1974 von Fritz Stephan

Geschäftsführer: Bernd Höhne, ab 2025 Jan Schliecker und Matthias Mainusch

Sitz: Gackebach im Westerwald

Kernkompetenz: Hersteller von Geräten für Neonatologie- und Erwachsenenbeatmung, perinatale Versorgung sowie Sauerstoffherzeugung

Mitarbeitende: 200 (170 in Deutschland, der größte Teil in Gackebach, 30 in den Niederlassungen in Frankreich, Malaysia und China)

Weitere Informationen: www.stephan-gmbh.com



Die Fritz Stephan GmbH beliefert im Neugeborenen-Sektor ihre Beatmungsgeräte an Kliniken und Perinatalzentren – ausschließlich im B2B-Bereich, denn die Bedienung erfordert eine hoch qualifizierte Ausbildung sowie Erfahrung und Kunstfertigkeit.

Foto: Lars Behrendt/Fritz Stephan GmbH

konnten unseren Umsatz zum Glück mit den Neugeborenen-Engeräten stabilisieren.

Immer noch ein Problem sind die gestörten Lieferketten. Manche Teile, die aus Taiwan kommen, haben eine Lieferzeit von 18 Monaten.

Auch die verschärfteren Embargobestimmungen setzen uns zu. Wir müssen genau schauen, welche Produkte in welche Länder geliefert werden dürfen. Diese Einschränkungen für medizinische Geräte gab es vorher nicht. Wir haben eine Verpflichtung den Menschen gegenüber. Auch ein Baby im Krisengebiet braucht Hilfe. Der internationale Handel wird immer schwieriger. Bei uns kümmert sich eine eigene Abteilung um die Einschränkungen und Genehmigungsverfahren.

Welche Zukunftstrends und -entwicklungen sehen Sie für Ihr Unternehmen?

Der herrschende Pflegepersonalmangel ist auch indirekt für uns ein Problem. Kliniken können keine Patienten mehr aufnehmen. Derzeit sind neue Geräte in der Entwicklung, die mit Hilfe von

Künstlicher Intelligenz bei Neugeborenen die Sauerstoffkonzentration im Blut messen und automatisiert regeln können. Diese Kontrolle übernimmt bisher eine Krankenschwester. Ein Beatmungsgerät mit KI bedeutet eine Verbesserung der Atmungstherapie und entlastet das Personal. Diese wichtige Entwicklung werden wir weiter verfolgen.

Gibt es in Ihrem Unternehmen vorausschauende Planungen in Bezug auf die Nachfolge?

Bei uns wurde frühzeitig eine Hierarchie aufgebaut. Es gibt Nachfolge- und Vertreterregelungen ab der Abteilungsleiter-Ebene. Damit sind wir auch im Notfall abgesichert und die Firma kann reibungslos weiterlaufen.

Die Nachfolge in unserem Unternehmen wurde seit Langem geplant. Derzeit bereiten sich unsere Prokuristen Jan Schliecker und Matthias Mainusch auf die Berufung zum Geschäftsführer vor. Ich werde für eine Übergangszeit Vorsitzender der Geschäftsleitung bleiben, bevor ich internationale Aufgaben in Unternehmen der Stephan Gruppe übernehme.

Nachfolge(r) gesucht ?!

Die Übergabe bzw. der Verkauf des eigenen Unternehmens und damit die Zukunftssicherung des aufgebauten Lebenswerkes ist ein komplexes und vielschichtiges Vorhaben. Es ist ein Prozess, der Zeit braucht, damit die Nachfolge vollständig und erfolgreich umgesetzt werden kann.

Dabei stellt sich die Frage:

Sind Sie und Ihr Unternehmen für diesen Schritt ausreichend vorbereitet ?

Seit 30 Jahren übergeben bzw. verkaufen wir Unternehmen erfolgreich in die besten Hände – profitieren Sie von unserer langjährigen Erfahrung und nutzen Sie unsere befristete und kostenfreie Jubiläums-Aktion, damit auch Ihr Lebenswerk erhalten bleibt. Machen Sie mit uns den

Nachfolge-/Verkaufs-Check !

Gerne begleiten wir Sie bei Ihrem ganz persönlichen Nachfolge-Prozess und stehen Ihnen mit unserer 30-jährigen Expertise zur Seite – kompetent, zuverlässig, vertrauensvoll, diskret.

nachfolge@think-gruppe.de

www.think-gruppe.de



Unsere Jubiläums-Aktion: kostenfreier Nachfolge-/Verkaufs-Check*

30
Jahre
THINK
GRUPPE

* Aktion gültig im Jubiläums-Jahr bis einschl. 29.11.2024