

IHK WirtschaftsFORUM

Ihr Unternehmernmagazin für die Region FrankfurtRheinMain

A 4836 | Jahrgang 146



FOKUSTHEMA

Einzelhandel

**35_ „Ein spannendes
Kriminalstück“**
Firmenarchive

**42_ Handelshem-
nisse abbauen**
Going International

**52_ „Ich zeig dir,
was ich lerne“**
Ausbildungsbotschafter



Uns bewegt, was Sie bewegt. Gemeinsam zum Ziel.

Ihr persönlicher Betreuer begleitet Sie in allen Phasen Ihrer unternehmerischen Entwicklung. Als starker, strategischer Partner kennt er Ihre Bedürfnisse und zieht bei speziellen Anforderungen andere Fachberater und Verbundpartner hinzu.

Gebündeltes Wissen, das Sie für Ihren Erfolg nutzen können. Gemeinsam mit Ihnen erarbeiten wir Lösungen, damit Sie Ihre gesteckten Ziele erreichen.

firmenkunden@frankfurter-sparkasse.de
www.frankfurter-sparkasse.de/firmenkunden

 Frankfurter
Sparkasse

1822



Liebe Leserinnen, liebe Leser!

Handel ist Wandel. Nie zuvor war dieser Spruch zutreffender. Die Coronapandemie hat die Transformation im Einzelhandel beschleunigt. Im Schatten der Lockdowns stieg der Onlinehandel weiter an; nicht selten wird hier fälschlicherweise der Niedergang des stationären Handels prognostiziert. Seit Sommer zeigten die Passantenfrequenzen, dass die Einkaufsstrassen – darunter die Zeil – sich erholt haben. Dennoch ist vieles anders als zuvor: Corona, Krieg, steigende Energiepreise und

„Die Coronapandemie hat die Transformation im Einzelhandel beschleunigt“

Inflation haben – auch online und mit Ausnahme des Luxussegments – zu Konsumzurückhaltung geführt. Klimawandel, Lieferkettenengpässe und Fachkräftemangel stellen den Handel auf die Probe.

Die neuen Publikationen wie die „Deutschland Innenstadtstudie 2022“ zeigen deutlich: Handel und Innenstadt sind nach wie vor untrennbar miteinander verbunden. Ein geänderter Nutzungsmix soll perspektivisch die Innenstadt neu beleben – der Handel bleibt aber der wichtigste Frequenzbringer der City und übernimmt eine Schlüsselfunktion in der Innenstadtentwicklung.

Innovation, Mehrkanalfähigkeit, Nachhaltigkeit, Regionalität werden die Zukunft des Handels bestimmen, aber auch Kundenzentrierung, Entertainment und Service. Handel ist mehr als ein Wirtschaftszweig. Er schafft Begegnungen zwischen Menschen und bildet ein Stück Kultur und regionale Identität. In der Auseinandersetzung mit Herstellern arbeitet der Handel volkswirtschaftlich als „Preisaufrichtsbeschränker“. Für ihn gilt, sich den Herausforderungen zu stellen und sich immer wieder neu zu erfinden. So kann der Einzelhandel zuversichtlich in die Zukunft blicken.

Dr. Joachim Stoll

Vizepräsident, IHK Frankfurt



04|05_

FOKUSTHEMA

Einzelhandel

Energie- und Konsumkrisen, aber auch das Onlineshopping bedrohen die Existenz vieler Einzelhändler; in vielen Kommunen wird der Ladenleerstand zur Herausforderung. Neue Nutzungskonzepte zeigen einen Weg in die Zukunft.



3_ Vorwort**6_ Kurzmeldungen****Fokusthema Einzelhandel**

- 10_ Einzelhandel: Chancen in der Dauerkrise**
- 20_ Vitale Innenstadt: Shoppen reicht nicht mehr**
- 24_ 200 Jahre Bock Apotheke: „Pharmazeutisches Kleinod“**
- 26_ Hof und Heim: Nordisches Flair im Vordertaunus**
- 28_ Masterplan ErlebnisCity: „Wir gehen es pragmatisch an“**
- 30_ Frankfurt: 50 Jahre Fußgängerzone Zeil**

Unternehmensreport

- 32_ Spielwaren Wagner: Einkaufserlebnisse für die Familie**

Unternehmenspraxis

- 35_ Unternehmensgeschichte: „Ein spannendes Kriminalstück“**
- 40_ Außenhandel: Wirtschaftswunderland Israel**
- 42_ Going International: Handelshemmnisse abbauen**
- 44_ Energiescouts: Energiefressern auf der Spur**

Metropolregion FrankfurtRheinMain

- 46_ Deutschland: Keine Demokratie ohne Marktwirtschaft**
- 48_ Serie Immobilienstandort: Glashütten**

Aus- und Weiterbildung

- 52_ Ausbildungsbotschafter: „Ich zeig dir, was ich lerne“**

Recht und Steuern

- 55_ Gewerbesteuerumfrage: Hohe Hebesätze belasten Standort**

56_ Amtliches

- 66_ Zurückgeblättert | Mein Lieblingsort**

UMWELT

Hochtaunus bleibt Fairtrade-Landkreis



Foto: Hochtaunuskreis

Der Hochtaunuskreis erfüllt weiterhin die Kriterien der Fairtrade-Towns Kampagne und trägt für weitere zwei Jahre den Titel Fairtrade-Landkreis. Dies wurde mit einer Fairtrade-Torte (Foto) gefeiert. Vor zwei Jahren erhielt der Landkreis vom Verein Fairtrade Deutschland erstmalig die Auszeichnung für sein Engagement zum fairen Handel. Voraussetzung dafür war die Erfüllung von fünf Kriterien. Diese sind unter anderem die Unterstützung des fairen Handels durch einen Kreistagsbeschluss, die Gründung einer Steuerungsgruppe, das Angebot von fair gehandelten Produkten in Geschäften und gastronomischen Betrieben sowie die Förderung des fairen Handels in Vereinen, Schulen und Kirchengemeinden. Im Hochtaunuskreis sind mit Oberursel und Bad Homburg zwei Städte ebenfalls als Fairtrade-Kommune ausgezeichnet. www.fairtrade-deutschland.de

INTERNATIONAL

CE-Kennzeichnung: verlängerte Übergangsfrist



Die UKCA (UK Conformity Assessed Kennzeichnung) ist eine britische Produktkennzeichnung, die als Ersatz für die CE-Kennzeichnung nach dem Brexit entstand. Produkte, die in Großbritannien (England, Wales, Schottland) in den Verkehr gebracht werden sollen, benötigen diese Kennzeichnung verpflichtend seit 1. Januar 2021. Die Übergangsfrist für Hersteller und Vertreiber zur Umstellung von CE- auf UKCA-Kennzeichnung wurde bis 31. Dezember 2024 verlängert. Falls zutreffende Änderungen am EU- oder UK-Recht vor Fristende wirksam werden sollten, sind diese vorrangig zu beachten.

EXISTENZGRÜNDUNG

Start-up-Geschäftsklima erholt sich

Im Vergleich zu Juni 2022 steigt das Geschäftsklima unter Start-ups von 42,2 um 8,2 Punkte auf aktuell 50,4. Der neuen Verbandserhebung zufolge sehen rund die Hälfte der Befragten (49,3 Prozent) aktuell eine gute Geschäftslage. Zwei Drittel (67 Prozent) hegen eine günstige zukünftige Geschäftserwartung. Im Juni 2022 lag dieser Wert noch bei geringeren 54 Prozent. <https://startupverband.de>

FRANKFURT

Hauptbahnhof wird neu gestaltet



Foto: Picture Alliance / Daniel Kubirski

Die Deutsche Bahn (DB) und die Stadt Frankfurt haben sich auf eine gemeinsame Projektstruktur bei der umfassenden Erneuerung des Hauptbahnhofs verständigt. Die DB hat mit der bereits laufenden Modernisierung der B-Ebene am Hauptbahnhof den Anfang gemacht. Nach deren Abschluss beginnt 2026 der Neubau der Straßenbahnhaltestelle, die zum Fahrplanwechsel 2028/2029 in Betrieb gehen soll. Ende des Jahrzehnts beginnt dann der Neubau eines zusätzlichen Gleises 25 für den Regionalverkehr und der Umbau des Nordflügels. Sobald die Umgestaltung in der ersten Hälfte der Dreißigerjahre beendet ist, beginnt der Neubau des Fernbahntunnels samt zusätzlicher Station unter dem Hauptbahnhof, der in den Vierzigerjahren eröffnet werden soll.

METROPOLREGION

Design-Hauptstadt: Hessen unterstützt Bewerbung

Das Land Hessen ist bereit, sich mit bis zu sechs Millionen Euro an der Finanzierung zu beteiligen, wenn die Region FrankfurtRheinMain im Jahr 2026 World Design Capital (Weltdesignhauptstadt) wird. „Der Titel World Design Capital 2026 wäre ein mächtiger Impuls für die internationale Wahrnehmung und die Entwicklung des Kreativstandorts RheinMain und Hessen“, sagte Tarek Al-Wazir, hessischer Wirtschaftsminister. Der Titel World Design Capital wird alle zwei Jahre von der World Design Organization (WDO), Montreal, vergeben. Er würdigt seit 2008 Städte oder Regionen für ihren effektiven Einsatz von Design in der wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen und ökologischen Entwicklung. Die finale Entscheidung der WDO fällt voraussichtlich Ende September. <https://wdo.com>

STANDORTPOLITIK

Homeoffice zieht Menschen in die Speckgürtel

Die Arbeit im Homeoffice hat viele Menschen dazu veranlasst, ihren Wohnort zu verlegen. Dies war vor allem bei ehemaligen Großstädtern der Fall. Das ist das Ergebnis einer Umfrage des ifo Instituts und des Immobilienportals Immowelt unter 12000 Menschen in Deutschland. „Unter den Personen, die die Großstadt verlassen haben, zogen 38 Prozent in den Speckgürtel. 30 Prozent zogen in kleinere Großstädte zwischen 100000 und 500000 Einwohnern. Lediglich neun Prozent der ehemaligen Großstadtbewohner zogen in eine Kleinstadt und fünf Prozent in den ländlichen Raum“, sagt Mathias Dolls, stellvertretender Leiter des ifo Zentrums für Makroökonomik und Befragungen. www.ifo.de Download der Studie unter:



Foto: mauritius images / Westend61 / Joseffson



KNALLER- SAMSTAG

Gebrauchte Büromöbel in jeder Preisklasse!

Steelcase | bene | Vitra | König + Neurath | Walter Knoll | USM | Klöber | Sedus | Interstuhl uvm.

Am 06.05.2023

9.00-14.00 Uhr

**25%
Rabatt****

auf zahlreiche Büromöbel
auch im Onlineshop

Code
KS605

89€*

Schreibtisch
Art.Nr.: 114011

ab
49€*

Bürostuhl
Art.Nr.: 900101

Beispielabbildung

299€*

E-Tisch
Art.Nr.: 110011

KS Büromöbel GmbH

Wiesenstraße 2 64347 Griesheim ☎ 06155 8367-800 ✉ info@ks-bm.de

ks-bueroemebel.shop



* Angebotspreise nur am 06.05.2023 gültig. Vorrätige Angebotsware kann von den abgebildeten Beispielprodukten abweichen. Weitere Modelle zu diesem Preis vorrätig. Inkl. MwSt. ** Nur am 06.05.2023 gültig auf Lagerware und Ausstellungsstücke im Onlineshop & im Ladengeschäft Wiesenstr. 2, 64347 Griesheim. Solange der Vorrat reicht. Ausgenommen sind Möbel der Marke USM, Neumöbel und Angebotsartikel. Rabattarten nicht kombinierbar.

IMPRESSUM

Mitteilung der Industrie- und Handelskammer
Frankfurt am Main

IHK WirtschaftsFORUM

Ihr Unternehmernmagazin für die Region
FrankfurtRheinMain

Herausgeber

Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main
Börsenplatz 4, 60313 Frankfurt am Main
Telefon 069/2197-0, Fax 069/2197-1424
Internet www.frankfurt-main.ihk.de

**Verantwortlich für den Inhalt**

Patricia C. Borna, Geschäftsführerin,
Unternehmenskommunikation, IHK Frankfurt

Chefredakteurin

Petra Menke, Telefon 069/2197-1203
E-Mail wirtschaftsforum@frankfurt-main.ihk.de

Nachdruck, auch auszugsweise, und elektronische
Vervielfältigung von Artikeln und Fotos nur nach
Rücksprache und mit Quellenangabe. Nachdruck
von Namensbeiträgen nur mit der Genehmigung des
Verfassers. Belegexemplar erbeten.

Die mit Namen des Verfassers gekennzeichneten
Artikel geben die Meinung des Autors, aber nicht
unbedingt die Meinung der Industrie- und Handels-
kammer Frankfurt am Main wieder.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit und Verständ-
lichkeit der Texte wird in allen Veröffentlichungen
und auf den Webseiten der IHK Frankfurt auf
die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen
männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet.
Selbstverständlich sind von unseren Angeboten und
in unserer Kommunikation stets alle Geschlechter
angesprochen.

Titelbild: Istockphoto/SvetaZi

Verlag

Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG
Sontraer Straße 6, 60386 Frankfurt am Main
Geschäftsführung Ralf Zarbock
www.zarbock.de/wifo

Anzeigenleitung

Ralf Zarbock, Telefon 069/420903-75
E-Mail verlag@zarbock.de

Grafik

Druck- und Verlagshaus Zarbock

Anzeigenpreisliste

Nr. 123 vom 1. November 2022

Druck

Societätsdruck, Frankfurt



Das Magazin wird auf umweltfreundlichem
FSC®-zertifiziertem Papier gedruckt.

Der Bezug des IHK-Magazins erfolgt im Rahmen
der grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied der
IHK. Das IHK WirtschaftsForum ist für Mitglieds-
unternehmen der IHK Frankfurt am Main kostenlos.
Nichtmitglieder können das Unternehmernmagazin
für FrankfurtRheinMain abonnieren. Das Jahresabo
kostet für Nichtmitglieder 30 Euro. Das IHK
WirtschaftsForum erscheint sechsmal pro Jahr.

Ausgabedatum

4. April 2023

Vollbeilagen

Wortmann AG, Hüllhorst

Teilbeilage

BIEG Hessen GbR, Frankfurt

KULTUR

Niki de Saint Phalle in der Schirn

Sie zählt als eine der Hauptvertreterinnen der europäischen Pop-Art und Mitbegründerin des Happenings zu den bekanntesten Künstlerinnen ihrer Generation: Niki de Saint Phalle (1930–2002). Die Schirn Kunsthalle präsentiert aktuell in einer Überblicksausstellung das vielfältige Œuvre der französisch-amerikanischen Visionärin mit rund 100 Arbeiten einen Überblick aus allen Werkphasen. In den fünf Jahrzehnten ihres künstlerischen Schaffens entwickelte de Saint Phalle eine unverwechselbare Formsprache und ein facettenreiches Werk. Die Nanas, ihre bunten, großformatigen Frauenskulpturen, begründeten ihren internationalen Erfolg und gelten als ihr Markenzeichen. Doch reicht das künstlerische Spektrum der Autodidaktin weit darüber hinaus. Bis 21. Mai. www.schirn.de



Foto: Schirn Kunsthalle Frankfurt 2023 / Norbert Miguletz

Niki de Saint Phalle, Ausstellungsansicht.

INNOVATION

„Hessen-Champions 2023“ gesucht

Hessische Unternehmen können sich ab sofort um den Titel „Hessen-Champion 2023“ bewerben. Der Innovations- und Wachstumspreis des Landes Hessen wird in den Kategorien Weltmarktführer, Jobmotor und Innovation vergeben. Die Bewerbungsphase läuft bis zum 30. Juni. www.hessen-champions.de

INNOVATION

TikTok auf der Überholspur

Seit das Unternehmen 2018 international durchstartete, sind die Nutzerzahlen von TikTok durchschnittlich um 133,5 Prozent pro Jahr gewachsen, von 271 Millionen in 2018 auf 1,7 Milliarden in 2022. Trotz dieses enormen Wachstums bleibt das Social Network mit den meisten Usern aber weiterhin Facebook – mit 2,6 Milliarden weltweit. Das könnte sich aber schon bald ändern, prognostiziert das Payment-Infoportal Bankless Times. 2021 gewann das Netzwerk 319 Millionen User hinzu (plus 18,2 Prozent). Facebook hingegen wuchs um nur vier Prozent oder 106 Millionen aktive Nutzer. Setzt sich dieses Wachstum fort, würde TikTok 2026 seinen großen Vorgänger überholen.

HOCHTAUNUSKREIS

Oberursel ist Tourismusort

Die Stadt Oberursel darf künftig den Titel „Tourismusort“ tragen und damit auch einen zweckgebundenen Tourismusbeitrag erheben. „Die malerische Altstadt, das Vortaunusmuseum und die Kirche St. Ursula machen Oberursel zu einem wichtigen Tourismusziel im Taunus“, sagte Hessens Wirtschaftsminister Tarek Al-Wazir bei der Urkundenübergabe an Bürgermeisterin Antje Runge. Tourismusorte müssen mindestens doppelt so viele Übernachtungen wie Einwohner aufweisen. Ferner müssen sie sich durch ihre landschaftlich bevorzugte Lage und bedeutende kulturelle Einrichtungen wie Museen und Theater, internationalen Veranstaltungen oder



Foto: Picture Alliance/PantherMedia, Brigit Reitz-Holmann

sonstigen bedeutenden Freizeiteinrichtungen von überörtlicher Bedeutung oder durch geeignete Angebote für Naherholung von anderen Orten abheben. In Hessen gibt es bislang nur etwa 20 Tourismusorte. www.oberursel.de

INNOVATION

ChatGPT: Siegeszug einer KI-Plattform




Foto: Picture Alliance/Chromorange/Christian Ortle

Seit seinem Start in 2020 ist ChatGPT inzwischen eine der beliebtesten Plattformen für natürliche Sprachverarbeitung und wird von Millionen von Benutzern welt-

weit genutzt, um Antworten auf Fragen in verschiedenen Bereichen wie Wissenschaft, Technologie, Gesellschaft, Kunst und Kultur zu finden. ChatGPT ist auch für kleine und Mittlere Unternehmen (KMU) wichtig, da es ihnen hilft, schnell und genau auf Kundenanfragen zu antworten, die Effizienz im Betrieb zu steigern und Kosten zu senken. Die Plattform kann in verschiedenen Arten von Geschäftsanwendungen integriert werden, um die Kundenzufriedenheit zu erhöhen und Prozesse zu automatisieren. www.chat.openai.com

EXISTENZGRÜNDUNG

Deutsches VC-Klima kühlt ab

Das Geschäftsklima auf dem deutschen Venture Capital (VC)-Markt hat sich laut KfW Research zum Jahresende deutlich abgekühlt. Hauptgrund für den Stimmungseinbruch dürfte die negative Entwicklung der Unternehmenswerte seit Jahresbeginn sein, die nun zu Wertberichtigungen in den Jahresabschlüssen geführt haben. www.kfw.de  [Newsroom](#)

FINANZPLATZ

Amla: Bewerbungsseite online

Der europaweite Wettbewerb um den Standort der neuen EU-Geldwäschebehörde Amla ist eröffnet. Die deutsche Bewerbung richtet sich auf Frankfurt, wird von der Bundesregierung, dem Land Hessen und der Stadt gemeinsam getragen und von der IHK Frankfurt unterstützt. Das federführende Bundesfinanzministerium hat eine Bewerbungsseite online gestellt, dort werden die Standortvorteile Frankfurts gebündelt hervorgehoben. Ende März soll die deutsche Bewerbung für Frankfurt offiziell in Brüssel vorgestellt werden. www.amla-frankfurt.eu

BLEIBEN SIE MIT UNS IN KONTAKT

Wir informieren Sie gerne über unsere aktuellen Services und Angebote per E-Mail. Bitte melden Sie sich dazu über www.frankfurt-main.ihk.de/einwilligung an.





mauritijs images / Roman Samborskiy / Alamy Stock Photos

FOKUSTHEMA

Einzelhandel

Chancen in der Dauerkrise

Die Folgen der Coronapandemie sind noch nachhaltig spürbar. Sowohl Energie- und Konsumkrisen als auch Onlineshopping bedrohen die Existenz vieler Einzelhändler; in der Innenstadt wird der Ladenleerstand zur Herausforderung. Neue Nutzungskonzepte zeigen einen Weg in die Zukunft.

Auch drei Jahre nach Beginn der Coronapandemie ist die Welt noch nicht wieder im Normalzustand angekommen – und wird es wohl auch vorerst nicht wieder sein. Zu vielfältig die Folgen der Lockdowns und Einschränkungen im privaten und wirtschaftlichen Leben. Und spätestens seitdem in Europa wieder ein Krieg tobt, müssen die nächsten Probleme bewältigt werden. Nicht zuletzt der Handel leidet unter der aktuellen Gemengelage, die von steigenden Energiepreisen, gestörten Lieferketten, Inflation und Fachkräftemangel geprägt ist. Statt der erhofften Nach-Corona-Erholung gibt es bei den Kunden eher eine Konsum- und Kaufzurückhaltung.

„Viele Kunden müssen jetzt sparen und sind preisbewusster geworden“

Während der Einzelhandel im ersten Halbjahr 2022 noch den größten Umsatzrückgang seit 1994 zu verzeichnen hatte, zeigen die neuesten Zahlen allerdings wieder eine positive Entwicklung. Mehr als die Hälfte der Einzelhändler fühlen sich jedoch durch die massiv gestiegenen Energiekosten in der Existenz bedroht, wie eine Umfrage des Handelsverbandes Deutschland (HDE) im vergangenen September gezeigt hat. 86 Prozent der Befragten gaben an, dass sie die Kostensteigerung nicht oder nicht vollständig an die Kunden weitergeben können, die wiederum ihr Einkaufsverhalten massiv geändert haben, also speziell in den Bereichen Fashion und Gastronomie sparen. Da es allerdings nach den harten Coronajahren vielerorts an finanziellen Rücklagen mangelt, sehen viele Einzelhändler keinen Ausweg mehr. Der HDE forderte deshalb die schnelle Ausweitung der angekündigten Wirtschaftshilfen des Staates, um Investitions- und Planungssicherheit zu geben.

Investitionen in Energieeffizienz


Darüber hinaus beraten die IHKs und der Handelsverband einmal mehr in Sachen Klimaschutz, denn mehr als drei Viertel der Handelsunternehmen planen verstärkte Energiesparmaßnahmen. Kurz vor der Realisierung stehen entsprechende Vorhaben beispielsweise beim Kaufhaus Meder in der Berger Straße. Während im ersten Coronajahr insbesondere mehr Haushaltsartikel bei ihm eingekauft wurden, stellt Inhaber Christian Völker nun einen deutlichen Rückgang fest und steht zudem vor der Herausforderung, dass er die gestiegenen Energiekosten nicht eins zu eins wei-



IHK ONLINE

Weitere Infos zum Thema Einzelhandel finden Sie auf der IHK-Homepage unter:

www.frankfurt-main.ihk.de

 Einzelhandel

tergeben kann: „Viele Leute müssen jetzt sparen und sind preisbewusster geworden.“ Eine Prognose sei schwierig, „aber da wir am Kaufverhalten der Kunden nichts ändern können, versuchen wir, unsere Werbemaßnahmen speziell vor Ort, also an unserem Stand auf dem Bornheimer Wochenmarkt, zu intensivieren, mehr Beratung und Aktionen anzubieten sowie gleichzeitig unsere Fixkosten weiter zu reduzieren“.

Imagefaktor grüner Strom

Noch hat das Kaufhaus, das über jeweils 500 Quadratmeter Verkaufs- und Lagerfläche verfügt, über 1000 Euro Stromkosten pro Monat. Dieser Betrag wird sich nach Einschätzung Völkers in absehbarer Zeit etwa verdoppeln. „Daher hatten wir die Idee, jetzt im Frühjahr unser 150 Quadratmeter großes Flachdach mit einer 20-Kilowatt-Peak-Fotovoltaikanlage zu bestücken, um den Strom, den wir ja nur während der Öffnungszeiten benötigen, selbst zu erzeugen.“ Er geht davon aus, dass da-



Foto: Jochen Müller

Christian Völker, Inhaber, Kaufhaus Meder: „Viele Leute müssen jetzt sparen und sind preisbewusster geworden.“

mit voraussichtlich gut die Hälfte des Stromverbrauchs gedeckt werden kann. Völker erwartet, dass die Energiepreise langfristig auf einem hohen Niveau bleiben werden und sich die Investition

von rund 50000 Euro in einigen Jahren amortisiert haben wird. Vorausgesetzt natürlich, dass ihm die Kunden treu und die Umsätze stabil bleiben. „Wir sehen allerdings auch den positiven Image-

DREI FRAGEN AN



Andrea Poul, Center-Managerin, MyZeil, über das Konsumverhalten in der Post-Corona-Zeit und die Aufwertung von Frankfurts Shoppingmeile

Frau Poul, wie hat sich die Coronapandemie auf MyZeil ausgewirkt?

Wichtige Kunden wie Touristen, Messegäste und Berufspendler blieben in dieser Zeit aus und sind noch nicht ganz wieder da. Unsere Frequenzen haben aber schon fast Vor-Corona-Niveau erreicht. Von Insolvenzen war MyZeil nicht betroffen, wir haben sogar langfristige Mieter hinzugewonnen.

Mit welchen Ansätzen kann dem Leerstand auf der Zeil begegnet werden?

Die Zeil ist immer noch eine der Top-Einkaufsstraßen in Deutschland. Allerdings muss die Innenstadt attraktiver werden. Dazu zählt der Umbau der Hauptwache oder die Aufwertung der zentralen Plätze. Ein effektives City-Management und ein einheitlicher Marketingauftritt für den Handel würden helfen, dass namhafte Brands Frankfurt wieder als Eintrittschance in den deutschen Markt sehen.

Wie wollen Sie das Shoppingcenter zukunftsfest ausrichten?

Seit der Umstrukturierung in 2019 haben wir MyZeil zum Lifestyle- und Entertainment-Center weiterentwickelt und unser Gastronomieangebot erweitert. Dieses Konzept wollen wir fortsetzen.

Die Fragen stellte Dr. Noemí Fernández Sánchez, IHK Frankfurt.


Aspekt, da der grüne Strom gut zu Bornheim und dem umweltbewusstesten Kurs unseres Geschäfts passt.“

Nach zwei Jahren vor allem coronabedingten ununterbrochenen Wachstums auf hohem Niveau geht nun der Umsatz im Onlinehandel erstmalig zurück. Daraus erwächst die Chance für den stationären Handel, wieder an Bedeutung zu gewinnen. So kommt auch die Prognose des Deutschen Handelsverbands (HDE) für 2023 zu dem Schluss, dass die Digitalisierung im Einzelhandel längst angekommen ist – und für alle großes Potenzial bietet. Immerhin gaben 56 Prozent der Befragten an, bisher keine Waren im Internet zu verkaufen, aber 36 Prozent betreiben einen eigenen Onlineshop. 19 Prozent verkaufen Waren über Online-Marktplätze, manche nutzen auch beide Modelle parallel.

Ohne Onlineshop geht's nicht

Dass On- und Offlinehandel Hand in Hand gehen müssen, hat Mona Homm selbst beispielhaft erlebt. Sie eröffnete 2019 in Usingen den Conceptstore

Heimat Shoppen

Seit 2021 unterstützt die IHK Frankfurt den innerstädtischen Einzelhandel mit der Aktion Heimat shoppen. Gemeinsam mit den Gewerbevereinen und den Wirtschaftsförderungen werden Aktionen durchgeführt, um Kunden in die Innenstädte zu locken. Heimat shoppen bedeutet einkaufen bei Nachbarn und Freunden und sichert somit Arbeit und Ausbildung vor Ort, macht die Städte und Gemeinden lebenswerter, reduziert die Umweltbelastung durch kurze Wege und stärkt insgesamt den Einzelhandel und die Kommunen als Gewerbestandorte. Start für die Aktionstage 2023 ist der 8. September. www.frankfurt-main.ihk.de  Heimat shoppen

VITALE INNENSTÄDTE

Die wichtigsten Ergebnisse der Passantenbefragung „Vitale Innenstädte 2022“, bezogen auf die Frankfurter Innenstadt:

- Die Attraktivität der Frankfurter Innenstadt wird mit der Schulnote „gut“ (2,5) bewertet.
- 71 Prozent der Besucher kommen zum Einkaufen in die Innenstadt, knapp die Hälfte der Besucher kommt aus dem Umland.
- Knapp 48 Prozent der Innenstadt-Besucher reisen mit dem ÖPNV an, 33 Prozent (55 Prozent Besucher von außerhalb) mit Pkw oder Motorrad.
- Frankfurts Innenstadtbesucher werden älter: Das Durchschnittsalter liegt bei 44 Jahren (2018: 40 Jahre).
- Als Verbesserungspotenziale nennen die Passanten vor allem Sauberkeit, Sicherheit und Familienfreundlichkeit.

Insdorf, in dem sich alles um nachhaltige Mode und Lifestyle-Artikel dreht – möglichst alles plastikfrei. Die Inhaberin wehrte sich anfangs stark gegen einen Onlineshop: „Ich mag es, vor Ort in Läden zu gehen, Produkte anzufassen und

mich mit Menschen zu unterhalten.“ Doch nach dem ersten Corona-Lockdown vor drei Jahren sei ihr klargeworden, dass sie ihr Angebot immer adäquat präsentieren will: „Also musste ein Onlineshop her.“



Mona Homm, Vorsitzende, Marketingausschuss, Gewerbeverein Usingen: „Manche Mitglieder sind mit der digitalen Welt nicht so vertraut. Daher wollen wir ihnen das Thema nahebringen, damit ein Mehrwert für alle entstehen kann.“

Foto: mona hom fashion design

ERLEBNISCITY FRANKFURT

Der Masterplan Erlebniscity Frankfurt umfasst drei Leitziele:

- ökologische Ziele (Greencity, fußgänger- und radfahrerfreundliche Stadt, regionale Angebote)
- soziale Ziele (lebendiger Kultur- und Erlebnisraum, Quartiersidentitäten, attraktive öffentliche Räume)
- ökonomische Ziele (Image, Promotoren, vitale Quartiere, moderner Wirtschafts- und Arbeitsraum, effektive Zusammenarbeit)

Regional verwurzelt

Über diese Entscheidung ist sie froh. Denn heute erreicht sie Kunden sogar weltweit und kann auch ihre lokale Kundschaft besser bedienen: „Häufig kamen Kunden mit Screenshots und wollten sich die Produkte bei mir anschauen oder bestellten Geschenke, die sie dann hier abholten.“ Als Vorsitzende des Marketingausschusses des Gewerbevereins Usingen, zu dem rund 115 Unternehmen gehören, wirbt Homm für Omni-Channeling: „Manche Mitglieder sind ja mit der schnelllebigen digitalen Welt und den sozialen Medien nicht so vertraut, daher wollen wir ihnen das Thema nahebringen, damit ein Mehrwert für alle entstehen kann.“

Von einer engen regionalen Verwurzelung profitiert der Einzelhandel in den Kommunen und Landkreisen rund um Frankfurt deutlich stärker als in der Großstadt. Mit individuellem Service können die Kunden gebunden und die Geschäfte gestärkt werden. Ein Konzept, das inzwischen auch so manche Einzelhändler in der Frankfurter Innenstadt verfolgen, denn hier ist in den vergangenen Jahren einiges in Schiefelage geraten. Trotz 1-a-Lage hat selbst die Zeil, nach wie vor eine der meistfrequentierten Einkaufsmeilen Deutschlands, mit einer Leerstandsproblematik zu kämpfen. In jüngster Vergangenheit haben mehrere Geschäfte aufgrund von unternehmerischen Umstrukturierungen ihre Türen geschlossen – darunter Or-

say, Tezenis oder die zweiten Standorte von Zara und Görtz.

Point of Experience

Direkt um die Ecke ist allerdings seit 2003 schon der Frankfurter Laufshop fest etabliert. Erst 2021 wurde der Laden komplett umgebaut und ein neues Laufanalysesystem mit einer 20 Meter langen Tartanbahn, integrierter Druckmessplatte und Highspeed-Kamera installiert. „Fast jeder Kunde nimmt dieses Tool in Anspruch, denn eine Analyse des Laufstils ist das A und O bei uns, um die passenden Schuhe auszusuchen“, berichtet Jost Wiebelhaus. Für den Inhaber ist klar, dass ein solch spezialisiertes Fachgeschäft nicht nur ein Point of Sale, sondern ein Point of Experience ist: „Beratung und Service müssen top sein, daher brauchen wir erstklassige Mitarbeiter. Bei uns sind nur aktive Läufer beziehungsweise Walker tätig, die die Bedürfnisse unserer Kunden gut kennen.“ Seit 17 Jahren erfasst eine Datenbank nicht nur die Schuhgröße, sondern auch das Ergebnis der Analyse sowie vorangegangene Einkäufe, sodass jeder Kunde individuell betreut werden kann und auch will. „99 Prozent erzielen wir im stationären Verkauf, der

Foto: Dachverband Frankfurter Gewerbevereine



Ernst Schwarz, Vorsitzender, Dachverband Frankfurter Gewerbevereine: „Das Herz einer Stadt muss pulsieren. Daher muss man dem Ladensterben entgegenwirken.“

Matching-Software: Leerstände beseitigen

Seit Ende Februar unterstützt die kostenfreie Webanwendung „Leerstand und Ansiedlung“ (Lean) die Kommunen dabei, neuen Gewerbetreibenden die Ansiedlung in Innenstädten zu erleichtern und damit Leerstände zu beseitigen. Das Instrument wurde im Rahmen des vom Bundeswirtschaftsministerium geförderten Projektes „Stadtlabore für Deutschland – Leerstand und Ansiedlung“ von 14 Modellstädten unter Leitung des Instituts für Handelsforschung Köln und unter Beteiligung der DIHK entwickelt und erprobt. www.stadtlabore-deutschland.de

wieder verstärkt in Anspruch genommen wird, zumal Laufschuhe wirklich anprobiert werden müssen.“

Wohlfühlfaktor inklusive

Die Coronazeit habe das Team perfekt genutzt, um auch den digitalen Bereich auszubauen – mit Online-Terminvergabe, Abholstation, Lieferservice und dem Bespielen der Social-Media-Kanäle. „Man braucht keinen Onlineshop, wenn man ansonsten digital gut aufgestellt ist“, weiß Wiebelhaus, „und unsere große Stärke ist, dass wir nicht nur beim Laufen schnell sind, sondern auch beim unternehmerischen Handeln und Entscheiden.“ Manchmal müsse man einfach etwas machen und ausprobieren, auch wenn es noch nicht perfekt sei: „Dann muss man eben feinjustieren und Ausdauer haben.“ Eine nachhaltig lebendige Innenstadt, die gerne von Kunden frequentiert wird, braucht seiner Meinung nach die entsprechenden

Rahmenbedingungen: einen guten Mix an Geschäften, nicht zu hohe Mieten und einen gewissen Wohlfühlfaktor.

Denn die Ergebnisse der aktuellen, in der Frankfurter Innenstadt durchgeführten Passantenbefragung „Vitale Innenstädte“ 2022 zeigen, dass knapp 71 Prozent aller Besucher wegen der Einkaufsmöglichkeiten kommen, also der Einzelhandel nach wie vor die größte Anziehungskraft auf die Besucher der Innenstadt ausübt. Nach den Coronajahren gibt es eine gewisse Erholung im Besucheraufkommen, aber der Einzelhandel hat davon nicht im gleichen Maße profitiert. Weiterhin fehlen zwei wichtige Zielgruppen: nämlich diejenigen, die mehr im Homeoffice arbeiten, sowie Touristen und Messegäste, die sich weiterhin noch in Zurückhaltung üben.

„Zwar müssen Gewerbetreibende online präsent sein, aber wichtig ist vor allem, dass die Leute in die Geschäfte

Deutschlandstudie Innenstadt 2022

Was macht deutsche Innenstädte attraktiv? Wie hat sich die Coronapandemie auf die Stadtzentren ausgewirkt? Die „Deutschlandstudie Innenstadt“, an der die DIHK beteiligt war, greift die viel diskutierten Herausforderungen der Citys auf, untersucht das Einkaufs- und Mobilitätsverhalten der Bevölkerung und zeigt Anwendungsmöglichkeiten für die Praxis aus den Projektbeispielen der bundesweiten Gemeinschaftsinitiative für Innenstadt, Handel und städtisches Leben auf. <https://cimamonitor.de>

te reinkommen und eben auch ihre lokalen Anbieter unterstützen“, so Ernst Schwarz vom Dachverband der Frankfurter Gewerbevereine. Denn der direkte Kontakt, der während der Coronazeit so gefehlt habe, sei die Stärke der inhabergeführten Geschäfte, gerade auch in

BERUF & WEITERBILDUNG IM HYBRID-MODELL FÜR VOLLZEIT-BERUFSTÄTIGE

TECHNISCHE
HOCHSCHULE
DEGGENDORF **THD**
Akademische Weiterbildung



Master Risiko- & Compliancemanagement, M.A.
• 3 Semester im Hybrid-Modell
• Inkl. Zertifizierung zur QM-Fachkraft TÜV SÜD



Master Cyber Security, M.Eng.
• Für Ingenieure und Informatiker
• Verknüpfung von Industrial und Automotive IT-Security



Master Wirtschaftspsychologie, M.A.
• Weiterbildung in Wirtschaft und Psychologie
• Individuelle Schwerpunktsetzung ab dem 2. Semester



Hochschulzertifikatskurse
• Kurz & flexibel
• Verschiedene Spezialisierungen buchbar
• 100% Online



Master Digital Business Engineering, M.Eng.
• Für Ingenieure und Informatiker
• Verknüpfung von Innovation & Engineering, Digitalisierung & IT, Management



Mehr Infos?





Jost Wiebelhaus, Inhaber, Frankfurter Laufshop: „Man braucht keinen Onlineshop, wenn man ansonsten digital gut aufgestellt ist.“

den Stadtteilen. „Dass jeder seine Kunden und deren Geschmack persönlich kennt und sie gut beraten kann, ist das Erfolgsrezept – ob beim Obsthändler, Metzger, in der Textilbranche oder Gastronomie.“ Projekte, die nur gemeinsam umgesetzt werden könnten, wie Straßenfeste, Weihnachtsbeleuchtung oder

das Aufstellen von Blumenkübeln, würden jeweils über die lokalen Gewerbevereine koordiniert; 21 davon gehören zum Dachverband.

Schwarz sieht deren Herausforderung darin, die Attraktivität und Lebensqualität in den Stadtteilen zu erhöhen und

speziell in der Innenstadt Aufenthaltsqualität zu schaffen: „Das Herz einer Stadt muss pulsieren, daher muss man dem Ladensterben entgegenwirken, denn gerade die Innenstadt lebt vom Handel.“ Er plädiert für mehr Miteinander und Zusammenhalt zwischen Händlern, Gastronomen und anderen Gewerbetreibenden: „Wenn ich heute shoppen gehe, dann esse ich auch was oder trinke einen Kaffee.“ Daher sollten alle Beteiligten an einem Strang ziehen: „Wir wollen den Leuten bewusst machen, warum es sinnvoll ist, in der eigenen Stadt – und den Stadtteilen – einzukaufen.“

Sicherheit, Sauberkeit, Service

Das Image der Frankfurter Innenstadt und die Standortqualität zu verbessern, wird schon lange öffentlich diskutiert und ist vielen Akteuren ein Anliegen. So soll dringend an den Rahmenbedingungen für Einzelhandel und Gastronomie gearbeitet werden. Unter anderem geht es um das Schlagwort „3S“: Sicherheit, Sauberkeit, Service. Ein Dauerbrenner seit über 20 Jahren ist die dringend nö-

DREI FRAGEN AN



Josef Grunenberg, Vorsitzender des Gewerbevereins Brückenviertel, Frankfurt, über die Teilnahme am Wettbewerb „Ab in die Mitte“ und die Zukunftsperspektiven des Stadtviertels

Herr Grunenberg, der Gewerbeverein Brückenviertel ist einer der Preisträger des Wettbewerbs „Ab in die Mitte“ 2022. Was hat das für das Viertel bedeutet?

Die Teilnahme war das erste gemeinschaftliche Projekt nach langer Zeit des Stillstandes. Mit kreativen Ideen haben wir mehr Nähe untereinander, aber auch zu unseren Kunden und Besuchern geschaffen.

Welche Rolle übernimmt das Brückenviertel in der Frankfurter Handlungsszene?

Es ist Gründer- und Kreativviertel mit außergewöhnlichen Geschäftskonzepten und Persönlichkeiten, die auf engem Raum viele Shopping- und kulinarische Möglichkeiten bietet. Durch die vielen inhabergeführten Geschäfte haben unsere Kunden die beste Beratung, wodurch das Einkaufen im Brückenviertel zum Erlebnis wird.

Wie geht es im Brückenviertel weiter?

Natürlich hoffe ich, dass möglichst viele von unseren Geschäften und Gastronomien weiterhin dabei sind und das umliegende Gewerbe noch stärker integriert werden kann. Langfristig ist es unser Ziel, vielleicht sogar deutschlandweit als Gründer- und Kreativviertel bekannt zu werden.

Die Fragen stellte Dr. Noemí Fernández Sánchez, IHK Frankfurt.

Neue Broschüre: Lieferkettengesetz

Am 1. Januar ist das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) in Kraft getreten. Das neue Gesetz soll gewährleisten, dass aus Menschenrechts- und Umweltverletzungen kein Wettbewerbsvorteil für Unternehmen entsteht. In einer neuen Broschüre hat die IHK Frankfurt nützliche Infos und Adressen zusammengetragen, die mittelständischen Einzelhandelsunternehmen helfen sollen, sich mit den Anforderungen des Lieferkettengesetzes vertraut zu machen beziehungsweise diese in die betriebliche Praxis umzusetzen. www.frankfurt-main.ihk.de/lksghandel

tige Sanierung der Hauptwache, aber nicht wenigen fehlt es an einem schlüssigen Gesamtkonzept für eine attraktive Umgestaltung. Doch der Druck auf die Stadtpolitik wächst. Eine umfassende gestalterische Aufwertung der Hauptwache und ihrer B-Ebenen als Eingangstor zur Zeil und damit auch die Verbesserung der Aufenthaltsqualität sind überfällig. Nicht wenige ansässige Einzelhändler befürchten, dass die Innenstadt der Mainmetropole immer mehr Kunden ans Umland oder den Onlinehandel verlieren wird, wenn nicht endlich die Aufwertung der zentralen Innenstadtplätze als Visitenkarten der Stadt erfolgt und auch die übrigen Missstände im öffentlichen Raum angegangen werden.

Erlebniscity Frankfurt

Der im Mai 2022 von der Stadt vorgelegte „Masterplan Erlebniscity Frankfurt“ zielt nicht nur auf die „3S“ ab, sondern will zentrale Bereiche wie Goetheplatz, Roßmarkt, Liebfrauenberg oder Neue Kräme beleben, um dem dortigen Einzelhandel und der Gastronomie den Fortbestand zu erleichtern. Auch müsse die Erreichbarkeit der Einzelhandelsstandorte mit allen Verkehrsmitteln gewährleistet sein, um das Überleben des Handels sicherzustellen. Die genannte Passantenbefragung hat nämlich gezeigt, dass ein Drittel der Besucher der Innenstadt mit dem Auto kommt und etwa die Hälfte davon nicht bereit wäre, auf den ÖPNV oder das Rad umzusteigen. Bei einer Sperrung für den Autoverkehr – so befürchten

Nachhaltige Stadtentwicklung: Zukunft Innenstadt

Die Coronapandemie hat den Wandel der Innenstädte und Stadtzentren verschärft. Um die entstandenen Missstände zu mildern, hat die Landesregierung zehn Millionen Euro bereitgestellt. Ziel des vom hessischen Wirtschaftsministerium geförderten Programms „Zukunft Innenstadt“ ist es, die Kommunen dabei zu unterstützen, zusammen mit den Akteuren vor Ort kreative und nachhaltige Lösungsansätze zu entwickeln, um ihre Innenstädte neu zu denken und zu gestalten. <https://nachhaltige-stadtentwicklung-hessen.de>

IMMOBILIE DES MONATS

DREI-PARTEIEN-HAUS
ERSTBEZUG NACH SANIERUNG
FRANKFURT-SACHSENHAUSEN SÜD
OBJEKT ID: 1639
PREIS: AUF ANFRAGE



ca. 873 m² ca. 463 m² 3
Bedarfsausweis, 31,3 kWh/(m²-a), A, Strom-Mix, Baujahr 1957/2022

Haben wir Ihr Interesse für diese einzigartige Immobilie geweckt?

Dann rufen Sie einfach Susanne Röcken in unserem Frankfurter Büro unter 069 - 23 80 79 30 an oder schreiben Sie uns eine Email an susanne.roecken@ppsir.de.

Peters & Peters | Sotheby's INTERNATIONAL REALTY

Sie möchten Ihre Immobilie zeitnah verkaufen und u. a. hier bewerben?

Dann rufen Sie einfach Olivier Peters in unserem Frankfurter Büro unter 069 - 23 80 79 30 an oder schreiben Sie uns eine Email an olivier.peters@ppsir.de.



Wir freuen uns auf Sie!



MEHRFACH AUSGEZEICHNETER SERVICE



SOTHEBY'S INTERNATIONAL REALTY
1.075 BÜROS 26.000 MAKLER 81 LÄNDER

Danziger Straße 50 a
65191 Wiesbaden
0611 - 89 05 92 10

Arndtstraße 24
60325 Frankfurt
069 - 23 80 79 30

Lousienstraße 84
61348 Bad Homburg
06172 - 94 49 153

Klimaschutzoffensive des Handels

Die Klimaschutzoffensive richtet sich an kleine und mittelständische Einzelhandelsunternehmen und vermittelt praxisnahes Wissen über Energieeinsparmöglichkeiten und Klimaschutzmaßnahmen. Gleichzeitig unterstützt die Kampagne des Handelsverbands Deutschland (HDE) Unternehmen der Branche dabei, Effizienz- und Klimaschutzmaßnahmen umzusetzen. Die Klimaschutzoffensive ist Teil der Nationalen Klimaschutzinitiative und wird seit 2017 vom Bundeswirtschaftsministerium gefördert. www.hde-klimaschutzoffensive.de

Einzelhändler – sei demzufolge davon auszugehen, dass ein großer Teil dieser Kunden sich dem Onlinehandel oder anderen Einkaufsmöglichkeiten zuwenden würde. Geschäftsleute im Oeder Weg, der vor einem Jahr zur fahrradfreundlichen Nebenstraße umgestaltet wurde, bestätigen diese Befürchtungen und klagen über erhebliche Umsatzeinbußen.

Zur Stärkung der hessischen Innenstädte und um den Strukturwandel abzumildern, wurde im Mai 2021 das Landes-

programm „Zukunft Innenstadt“ ins Leben gerufen. Bewerben konnten sich alle hessischen Städte und Gemeinden. Bis zu diesem Jahr standen rund 40 Millionen Euro Fördermittel bereit. So wurden beispielsweise Projekte gefördert, die neuen Handelskonzepten Raum geben, indem sie Produktion, Showroom, Onlineshop und Reparatur an einem Ort zusammenbringen. Auch Akteure, die nachhaltige Lösungsansätze entwickeln, um ihre Innenstädte neu zu gestalten, erhielten finanzielle Unterstützung. Eines der geförderten Projekte ist „Pop-up! Bad Homburg“, das im Oktober 2022 startete. Damit sollen Jungunternehmer mit kreativen Geschäftsideen, schlüssigen Konzepten und frischen Akzenten für die Innenstadt durch einen 50-prozentigen Mietzuschuss ermutigt werden, sich mit geringem wirtschaftlichem Risiko auszuprobieren, um sich im nächsten Schritt möglicherweise dauerhaft zu etablieren.

„Insgesamt haben wir vier Leerstände und fünf Einzelhändler, die sich im Rahmen von Pop-up! beworben haben. Aktuell befinden wir uns in der Vermittlungsphase“, beschreibt Citymanagerin Tatjana Baric. Sie versteht sich als Netzwerkerin und betreut in der Kurstadt fe-

derführend fünf weitere Förderprojekte, die bis Ende des Jahres zur Aufwertung und Belebung der Innenstadt umgesetzt werden sollen – so beispielsweise eine begrünte und mobile Stadtmöblierung, Wasserelemente, kinderfreundliche Aufenthaltsmöglichkeiten sowie Pop-up-Fahrradstationen. „Wir wollen eine positiv erlebbare Wirkung bei Gewerbetreibenden und Besuchern der Innenstadt erzeugen“, so Baric.

Innovative Nutzungskonzepte

Auch in Frankfurt wird die Notwendigkeit gesehen, die Innenstadt vom Einkaufs- zum Erlebniszentrum zu entwickeln. Zukünftig wichtig sei ein gewisser Nutzungsmix aus Einzelhandel, Gastronomie, Kultur und Dienstleistungen, der die unterschiedlichen Kategorien Wohnen, Gewerbe und Freizeit verschmelzen lässt. Eventartige Handelskonzepte und Pop-up-Flächen waren zwar bisher nur selten dauerhaft attraktiv und erfolgreich, aber Zwischennutzungen von leerstehenden Flächen durch Pop-up, Concept und Smart Stores gewinnen generell an Bedeutung.


Café, Bar, Kiosk mit Galerie, Showroom, Eventlocation und Fahrradwerkstatt – all das gibt es mitten im Herzen Frankfurts, an der Eschersheimer Landstraße: Mit dem Szenetreff Massif Central wurde einer alten, bereits zum Abriss freigegebenen Druckerei auf vier Etagen noch-



Tatjana Baric, Citymanagerin, Bad Homburg: „Insgesamt haben wir vier Leerstände und fünf Einzelhändler, die sich im Rahmen von Pop-up beworben haben.“

Digitalnavi Handel

Mit dem Digitalnavi hat das Mittelstand-Digital Zentrum Handel ein Onlinetool entwickelt, das dem stationären Handel ein breit gefächertes Spektrum an digitalen Möglichkeiten entlang der Customer Journey aufzeigt. Zudem werden digitale Anwendungen vorgestellt, die Kundenbindungen verstärken können.

<https://digitalzentrumhandel.de>  Digitalnavi Handel



Florian Jöckel, Geschäftsführer, Massif Central: „Einen solchen Ort kann man nicht auf dem Reißbrett planen.“

mal neues Leben eingehaucht. „Es hat ja niemand für möglich gehalten, dass es in der Innenstadt eine solche Immobilie gibt und sich Leute finden, die etwas machen, was der Stadt anscheinend gefehlt hat“, erzählt Geschäftsführer Florian Jöckel, der eigentlich als Musikmanager sein Geld verdient. Gemeinsam mit dem Immobilienentwickler Sven Seipp wagte er sich mitten im Corona-Lockdown an dieses Projekt, unterschrieb einen befristeten Mietvertrag und eröffnete im Juli 2020: „Einen solchen Ort kann man nicht auf dem Reißbrett planen, sondern wir haben ihn einfach geschaffen und unsere Leidenschaft in das Gebäude gesteckt.“


Er versteht sich als Gastgeber in einem Concept Store, der als Begegnungsstätte funktioniert: „Viele verschiedene Menschen treffen sich hier auf Au-

genhöhe, ob Fahrradkurier oder Wirtschaftsanwalt, ob Politiker, Sportler, Künstler oder ganz normale Leute. Dieses Gebäude ist zum Meltingpot der Frankfurter Stadtgesellschaft geworden.“ Da die alte Druckerei allerdings nicht unter Denkmalschutz gestellt wurde, ist der Abriss noch in diesem Jahr beschlossene Sache; voraussichtlich werden Wohngebäude die Lücke füllen.

Ein Realitäts-Check

Jöckel hegt jedoch keinen Groll dem Investor gegenüber: „Es war uns von vornherein klar, dass dieses Haus ein Verfallsdatum hat und wir nur eine Zwischennutzung sind.“ Dass dieses Projekt schon vor der Eröffnung terminiert gewesen sei, mache schließlich auch den Reiz aus. „Und so sitzen wir hier mit vielen weinenden, aber auch mit

Neue Sprach-Flyer für den Handel

Für Zugewanderte, die wichtige Grundbegriffe rund um den Einzelhandel kennenlernen möchten, hat das Netzwerk Unternehmen integrieren Flüchtlinge nützliche Sprach-Flyer jetzt auch auf Ukrainisch, Russisch und Türkisch veröffentlicht. Nach wie vor verfügbar sind die Versionen in Arabisch, Farsi und Tigrinya. www.unternehmen-integrieren-fluechtlinge.de
 Sprachflyer

vielen lachenden Augen.“ Zu Ostern wird das Gebäude geräumt. Aber Jöckel weiß bereits, wo es danach weitergehen wird. Und auch die Version 2.0 ist zentral in der Innenstadt gelegen und gut erreichbar: „Wir freuen uns darauf, mit dem neuen Massif Central den kompletten Bethmannhof, direkt neben dem Römer, bespielen zu dürfen. In einem der schönsten Gebäude der Stadt können wir nun unsere Key-Themen einem Realitäts-Check unterziehen.“



DIE AUTORIN



Stephanie Kreuzer

Diplom-Kauffrau und Journalistin,
 Eschborn
mail@stephaniekreuzer.de

Shoppern reicht nicht mehr

Nach 2014 und 2018 haben IHK Frankfurt und Frankfurter Wirtschaftsförderung eine Passantenbefragung in Auftrag gegeben. Die nun vorliegenden Ergebnisse zeigen, welche Hausaufgaben die Verantwortlichen zu erledigen haben.



Foto: picture alliance / dpa / Andreas Arnold

Shopping ist weiterhin das zentrale Motiv für den Besuch in der Frankfurter Innenstadt.

Trotz des tiefgreifenden Strukturwandels im Einzelhandel und der Auswirkungen der Coronapandemie hat die Frankfurter Innenstadt ihre Position als wichtigste Einkaufsmeile im Frankfurt-RheinMain beibehalten und die Magnetwirkung auch auf überregionaler Ebene sogar leicht ausbauen können. So ist die Anzahl der auswärtigen Besucher in den vergangenen vier Jahren von 36 auf 44 Prozent signifikant angestiegen. Dies ist ein zentrales Ergebnis der Passantenbefragung „Vitale Innenstadt 2022“ des Instituts für Handelsforschung im Auftrag von IHK Frankfurt und Wirtschaftsförderung Frankfurt. Aus den Ergebnissen der Umfrage ist

also kein Trend zur Abkehr von der Innenstadt erkennbar, sondern Frankfurt konnte seit der Passantenbefragung in 2018 Besucher gewinnen.

Zentrales Besuchsmotiv: einkaufen

Knapp 71 Prozent aller Befragten geben an, zum Shoppen in die Frankfurter Innenstadt gekommen zu sein. Damit ist „Einkaufen und Shopping“ ein zentrales Besuchsmotiv – mit großem Abstand vor Gastronomie (51 Prozent) und weiteren Besuchsanlässen. Beide Werte liegen ebenso weit über dem Ortsgrößendurchschnitt und haben im untersuchten Zeitraum mit einem bemerkenswerten

Anstieg von etwa 20 Prozentpunkten ihren Vorsprung gegenüber den anderen innerstädtischen Funktionen beziehungsweise Nutzungen ausgebaut. An dritter Stelle als Anlass für den Innenstadtbesuch werden jeweils am Donnerstag Behördengang, Arzt, Arbeit, Ausbildung und am Samstag Verweilen und Sightseeing angegeben.

Multifunktionale Innenstadt

Nicht nur diese, sondern auch alle anderen Gründe für den Innenstadtbesuch, darunter die Inanspruchnahme von Dienstleistungsangeboten sowie Freizeit- und Kulturangebote, werden

DREI FRAGEN AN



Stephanie Wüst, Wirtschaftsdezernentin, Stadt Frankfurt, über die Passantenfrequenzen auf Frankfurts Einkaufsstraßen und ihre Lieblingsorte beim Shoppen

Frau Wüst, die Coronapandemie hat den Einzelhandel auf eine harte Probe gestellt. Wie ist die Branche in Frankfurt aktuell aufgestellt?

Onlinegeschäft, Pop-up-Stores und Showrooms gewinnen seit Jahren an Bedeutung. Die Coronapandemie wirkte hier wie ein Katalysator. Die gute Nachricht: Mittlerweile erholen sich die Passantenfrequenzen in fast allen Frankfurter Einkaufsstraßen wieder.

Welche Maßnahmen trifft die Stadt, um den Einzelhandel zu unterstützen?

Das Visionsbüro Frankfurt schult digitale Kompetenzen. Die Wirtschaftsförderung ermöglicht Kampagnen wie „Einkaufen in Frankfurt“, unterstützt bei leerstehenden Flächen und Business-Improvement-District-Initiativen. An einem Aktionstag im Dezember nahmen 200 Händler mit Angeboten und Aktionen teil.

Wo gehen Sie gerne einkaufen?

Als Frankfurterin kenne ich die Stadt, die Stadtteile, Stadtteilstraßen mit Fachhandel sehr gut, aber auch die Einkaufszentren und die Zeil. Ich wähle also nach Bedarf, Stimmung oder was mein Herz begehrt aus, wo ich einkaufe. Etwas, das ich an Frankfurt sehr schätze.

Die Fragen stellte Dr. Noemí Fernández Sánchez, IHK Frankfurt.

soul-of-hessen.de



Andreas Widl, CEO des weltweit tätigen Samson-Konzerns wechselt mit seinem ganzen Unternehmen die Main-Seite. Weil in Offenbach einfach mehr Zukunft steckt.

Future **OF** Business

Offenbach
am Main



Offenbach
am Main

Soul **OF** Hessen

verstärkt von der Bevölkerung wahrgenommen. Die Ergebnisse der Befragung deuten auf den derzeitigen Trend zu einer multifunktionalen Innenstadt hin. Die Menschen nutzen den Weg zur Arbeit, zum Arzt, die Erledigung amtlicher Angelegenheiten, um sich auch in der Innenstadt aufzuhalten beziehungsweise zu verweilen. Gleichzeitig verbinden sie mehrere Funktionen bei ihrem Innenstadtbesuch, vor allem die Kombination zwischen Handel und Gastronomie liegt voll im Trend.

Die Passanten haben der Frankfurter Innenstadt insgesamt die Schulnote 2,5 gegeben. Dieser Wert fällt hinter die Ergebnisse von 2014 zurück, nachdem sich der Wert in 2018 mit 2,2 leicht verbessert hatte. Die beste Bewertung erreicht die Frankfurter Innenstadt in der Kategorie Lebendigkeit und Vitalität (2,0). Sehr gut benotet werden ebenso das Einzelhandels- (2,1), Gastronomie- (2,0) und Dienstleistungsangebot (2,2). Hingegen haben sich bereits in der vorherigen Befragung schlechter bewertete Aspekte – wie Sicherheit, Sauberkeit und Parken in der Innenstadt – in der aktuellen Beurteilung kaum verändert und bleiben daher Daueraufgaben der Stadt Frankfurt.

Geschäfte der täglichen Versorgung

Gefragt nach den künftigen Angeboten der Innenstadt, stehen mit 41 Prozent die Geschäfte für die tägliche Versorgung (zum Beispiel Lebensmittel, Drogeriewaren) ganz oben auf der Wunschliste. Gleichwohl bleibt ein ausgewogener und interessanter Nutzungsmix entscheidend für den Innenstadtbesuch: An zweiter Stelle mit 37 Prozent folgt die Außengastronomie, die in der Coronapandemie einen Boom erlebt hat und jedes Mal als wichtiger Faktor für den Innenstadtbesuch eine Rolle spielt. Danach werden als weitere wichtigste Nutzungen Shopping (32 Prozent), Kunst und Kultur sowie Gastronomie (30 Prozent) und innerstädtisches Wohnen und Arbeiten (etwa 29 Prozent) genannt.

Aber auch die Faktoren der Aufenthaltsqualität gewinnen an Bedeutung. Ganz oben auf der Skala mit 41 Prozent befindet sich der Wunsch nach mehr Orten zum Verweilen und Zusammentreffen (zum Beispiel Parks, Plätze). Hier sollten zusätzliche Angebote geschaffen werden. Bei der Befragung zeichnen sich deutliche Effekte des Strukturwandels im Einzelhandel ab: Etwa die Hälfte der Befragten gibt an, online einzukaufen, merkt dabei aber an, dass sie die Innenstadt zum Einkaufen unverändert aufsucht (2018: 60 Prozent). Hingegen ist der Anteil derjenigen, die aufgrund vermehrten Onlineeinkaufs weniger die Stadt besuchen, in den vergangenen vier Jahren von 20 Prozent auf 30 Prozent angestiegen. Dieser Trend ist in ähnlichem Maße in den anderen Städten mit mehr als 500 000 Einwohnern zu beobachten und möglicherweise auf das rasante Wachstum des Onlinehandels infolge der Coronapandemie zurückzuführen.

Erreichbarkeit als zentraler Faktor

Die Frage der Erreichbarkeit ist von außerordentlicher Bedeutung für die Zukunft der Frankfurter Innenstadt. Etwa 55 Prozent der auswärtigen Besucher (58 Prozent an den einkaufsstarken Samstagen) kommen mit dem Pkw oder Motorrad in die Innenstadt. Aus den Ergebnissen der Befragung geht ebenso hervor, dass knapp 35 Prozent der Kunden aus dem Umland nicht oder eher nicht bereit sind, auf andere Verkehrsmittel (wie ÖPNV, Fahrrad) umzusteigen. Gleichzeitig sind dies genau diejenigen Kunden, die bereit sind, beim Shopping mehr Geld auszugeben. Auf diese Kunden können die innenstadtprägende Branchen, der Einzelhandel und die Gastronomie, nicht verzichten. Aus diesem Grund setzt sich die IHK Frankfurt dafür ein, die Erreichbarkeit der Innenstadt mit allen Verkehrsmitteln aus der gesamten Metropolregion zu gewährleisten sowie für die Entwicklung eines ganzheitlichen Verkehrskonzeptes, das Antworten für alle Verkehrsmittel beinhaltet.



IHK ONLINE

Die Ergebnisse der IFH-Passantenbefragung „Vitale Innenstadt 2022“ können hier abgerufen werden:



DIE AUTOREN



Dr. Alexander Theiss

Geschäftsführer, Standortpolitik,
IHK Frankfurt

a.theiss@frankfurt-main.ihk.de

Dr. Noemí Fernández Sánchez

Referentin, Standortpolitik,
IHK Frankfurt

n.sanchez@frankfurt-main.ihk.de

Friedrich Friedrich

Darmstädter Speditions- und Möbeltransportgesellschaft mbH

DMS
UMZUG & LOGISTIK



Einfach sorgenfrei umziehen und lagern!

20%*
Rabatt

auf Inhouse-
Lagerboxen
+ kostenlose
Einlagerungshilfe
bei **Erstbezug**



Self-Storage

Selbst einlagern, was nicht gebraucht wird.

- ✓ Lagerboxen privat und gewerblich
- ✓ Mietdauer schon ab 1 Monat
- ✓ gesicherter Zugang

*Es handelt sich um eine befristete Aktion für eine Inhouse-Lagerbox. Die Aktion ist gültig bis zum 31.12.2023. Die Mindestmietdauer beträgt 3 Monate. Der Aktionspreis wird für max. 1 Jahr berechnet. Nicht mit anderen Rabatten kombinierbar und nur solange der Vorrat reicht.

Friedrich Friedrich

Darmstädter Speditions- und Möbeltransportgesellschaft mbH

Wiesenstraße 5 • 64347 Griesheim ☎ Telefon: 06155 - 83670

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



klimaneutrale
Dienstleistungen

„Pharmazeutisches Kleinod“

Annette Heinz leitet die Bock-Apotheke in Frankfurt-Bockenheim in dritter Generation. Bekannt ist die Apothekerin durch ihre Cannabis-Medikamente, die sie Ende der Neunzigerjahre mit einem Studienkollegen auf den deutschen Markt brachte.

Das vergilbte Foto zeigt einen prächtig gehörnten und eingeschrirrt Ziegenbock, der zwei Knaben auf einem kleinen Leiterwagen hinter sich herzieht. Mit diesem aufsehenerregenden Gefährt lieferte der Bockenheimer Apotheker Bruno

Bock um 1910 seine Medikamente aus und lud Kinder zu einer Spazierfahrt mit dem Geißgespann ein. „Das war zur damaligen Zeit wahrscheinlich ein Marketing-Gag“, lacht Annette Heinz, heutige Inhaberin der Bock-Apotheke, die jüngst

ihr 200-jähriges Bestehen feierte. „Auch ich fahre nachmittags auf dem Nachhauseweg meist noch ein, zwei Stunden Arzneimittel aus“, erzählt sie. Allerdings ist die 56-Jährige dabei weniger spektakulär unterwegs als seinerzeit Bruno Bock: „Ich drehe mit meinem Auto die Runde.“

Denkmalschutz im Fokus

Die Geschichte der 1822 von Friedrich Georg Wörner in der Leipziger Straße 71 eröffneten Offizin, die anfangs Löwen-Apotheke und Ende des 19. Jahrhunderts Hof-Apotheke hieß, lässt sich nur bruchstückhaft nachzeichnen. „Bevor meine Großeltern sie 1968 übernahmen, gab es einige Besitzerwechsel“, erzählt Heinz. „Mein Vater hat die wenigen überlieferten historischen Dokumente in einem großen Schuhkarton aufbewahrt.“ Überliefert ist, dass die Apotheke anno 1907 ihren heutigen Namen durch besagten Bruno Bock erhielt. Mehr als ein halbes Jahrhundert war sie danach im Besitz von Rudolf Pfanmüller.

Als der hochbetagte Apotheker sie Mitte der Sechzigerjahre veräußern wollte, musste sich der Käufer verpflichten, das klassizistische Geschäfts- und Wohnhaus mitsamt der originalen Offizin zu erhalten. „Zu dieser Zeit war von Denkmalschutz noch keine Rede und kaum jemand hat ein solches Gebäude wertgeschätzt“, so Heinz. Ihre Großeltern Josef und Margarethe Zweifel seien



Annette Heinz, Inhaberin, Bock-Apotheke: „Mein Vater hatte ein Faible für Innovationen. Bei uns ist die Zeit nie stehen geblieben.“



KONTAKT

Bock-Apotheke

Leipziger Straße 71

Telefon 069/9 7063 70

E-Mail info@bock-apotheke.dewww.bock-apotheke.de

aber auf die Bedingung eingegangen. Mit dem Kauf wollten sie sich ein zweites Standbein für den Fall sichern, dass der Vertrag für die bereits gepachtete Löwen-Apotheke an der Konstablerwache nicht verlängert würde. Als dieser weiterlief, übergaben sie die Bock-Apotheke an ihre Tochter Edith und deren Ehemann Volkmar Heinz, die beide in Frankfurt Pharmazie studiert hatten.

Tradition und Moderne

Den beiden gelang es, Tradition und Fortschritt zu verbinden. „Mein Vater hatte ein Faible für Innovationen“, so Heinz. Anfang der Siebziger war er unter den Ersten, die Medikamente via Datenfernübertragung beim Großhandel bestellten. „Als es Faxgeräte und später Computer gab, ging mein Vater immer vorneweg. Bei uns ist die Zeit nie stehen geblieben.“ Schon als Kind sei die Apotheke ihr Lebensmittelpunkt gewesen: „Ich bin quasi in der Offizin aufgewachsen.“ Über Berufswünsche habe sie nicht nachgedacht: „Für mich war klar, dass ich Apothekerin werden möchte wie alle in meiner Familie.“ Nach ihrer Ausbildung zur pharmazeutisch-technischen Assistentin studierte sie deshalb Pharmazie und

übernahm 1999 die Bock Apotheke in dritter Generation.

„Wir waren bundesweit die erste Apotheke, die Ende der Neunziger die Cannabismedikamente Dronabinol und Cannabidiol halbsynthetisch aus Faserhanf hergestellt und auf den Markt gebracht hat“, berichtet Heinz. Gemeinsam mit einem ehemaligen Kommilitonen habe sie über Monate im Labor daran getüfelt. „Diese Medikamente zur Behandlung von Schmerz-, Krebs- und Palliativpatienten waren damals nur in den USA und in Israel zugelassen.“ Krankenkassen in Deutschland weigerten sich zunächst, die Kosten für diese hochwirksame Behandlung zu übernehmen. Dann kam das Landeskriminalamt in der Leipziger Straße vorbei, ebenso der Zoll: „Die Computer wurden konfisziert, weil die Beamten etwas Illegales und Drogen vermuteten.“ Nachgefragt seien inzwischen vor allem Cannabisblüten, die inhaliert würden: „Die wirken deutlich schneller als Kapseln.“ Aber auch Salben, Zäpfchen, Säfte, Kapseln und Lösungen gängiger Rezepturen und minimaldosierte Medikamente für schwerkranke Kinder werden weiterhin im Labor der Bock-Apotheke hergestellt: „Das gehört zu unseren ureigenen Aufgaben, auch wenn es von den Krankenkassen schlecht bezahlt wird.“

Grundversorgung gefährdet

Die geschichtsträchtige Apotheke muss sich einmal mehr den Herausforderungen der Gegenwart stellen. Sorgen bereitet Heinz, dass aktuell die Grundversorgung mit Medikamenten gefährdet ist und sich Lieferengpässe zuspitzen: „Keine Blutdrucktabletten, keine Antibiotika, keine Blutverdünner. Einen Herzinfarkt zu bekommen ist momentan die denkbar schlechteste Zeit.“ Systematisch hätten die Krankenkassen die Preise gedrückt, billigste Anbieter bevorzugt und damit die Verlagerung von Produktionsstandorten ins Ausland forciert: „Und jetzt haben wir den Salat.“ Die Spitze des Eisbergs sei aber ver-

mutlich noch gar nicht erreicht, befürchtet die Apothekerin.

Onlinekonkurrenz wächst

„Online-Apotheken, die fast alle in Holland oder Belgien sitzen, graben uns ganz schön das Wasser ab“, so Heinz. Besonders ärgerlich sei es, wenn Kunden sich aufwendig beraten ließen und dann lieber online bestellten, um ein paar Euro zu sparen: „Ich habe 18 Fachkräfte angestellt und zahle hierzulande meine Steuern.“ Aber es gebe auch Kunden, die wegen der kompetenten Beratung gerne wiederkämen. „Witzigerweise werde ich manchmal mit ‚Frau Bock‘ angesprochen“, erzählt Heinz. „Das gefällt mir. Denn es zeigt, dass mich die Kunden mit dieser Apotheke identifizieren.“ Manchmal werde ihr bewusst, dass auch schon vor 200 Jahren ein Apotheker – genau wie sie selbst – in dieser Offizin stand und Medikamente verkaufte: „Diese Vorstellung finde ich schön. Und ich wünsche mir, dass dieses pharmazeutische Kleinod noch lange erhalten bleibt.“



DIE AUTORIN

**Petra Menke**

Chefredakteurin, IHK WirtschaftsForum

p.menke@frankfurt-main.ihk.de



Foto: Paul Müller Fotografie

Sabrina Eisenbach, Inhaberin, Hof und Heim: „Viele Menschen haben in der Coronapandemie ihre Kreativität wiederentdeckt.“

HOF UND HEIM, HOFHEIM

Nordisches Flair im Vordertaunus

Mit ihrem Interior Concept-Store „Hof und Heim“ hat sich Sabrina Eisenbach einen Lebenstraum erfüllt. Der im August 2020 eröffnete Laden in Hofheim läuft so gut, dass die Gründerin nun schon die nächsten Schritte plant.

Die Liebe zum nordischen Design wurde bei Sabrina Eisenbach durch viele schöne Aufenthalte in den Niederlanden geweckt. „Der Stil ist so unaufdringlich und klar. Die Hauptfarbtöne sind weiß und beige und somit zurückhaltend, aber auch zu vielen Einrichtungen passend“, sagt sie begeistert. Als gelernte Einzelhandelskauffrau hegte sie schon seit Langem den Wunsch, sich selbstständig zu machen. Priorität hatten aber die drei Kinder. Nun, da die Kinder schon junge Erwachsene sind, habe sie das Projekt Selbstständigkeit angehen wollen und mitten in der Coronapandemie gewagt. Im Hofheimer Gewerbegebiet startete Eisenbach ihr Projekt im August 2020

und schnell war klar, dass sich das Konzept in der Innenstadt von Hofheim etablieren würde. So wagte Eisenbach 2021 bereits einen Umzug in die Fußgängerzone von Hofheim, in die Langgasse 1.

Accessoires für den individuellen Wohnstil

„Was meine Kunden besonders schätzen, sind die vielfältigen Kombinationsmöglichkeiten der Wohnaccessoires, auch mit ihrer eigenen Dekoration“, erzählt Eisenbach. „Wir bieten viel Inspiration zur Umsetzung im eigenen Zuhause.“ Im Store finden die Kunden saisonale Stücke und auch Ganzjahresdeko.

„Hier sollen sowohl Gelegenheitsshopper fündig werden als auch Kunden, die gezielt nach einem Accessoire suchen.“

„Ich habe ein tolles Team mit sechs Mitarbeiterinnen, fünf davon als Aushilfen und eine Teilzeitkraft“, so die Inhaberin. „Jede von ihnen arbeitet bei uns, weil sie unser Konzept, unsere Produkte und den Concept-Store liebt und sich absolut damit identifizieren kann.“ Eisenbach freut sich, dass sie Mitarbeiterinnen gefunden hat, die Spaß daran haben und motiviert sind, gemeinsam mit ihr den Shop weiterzuentwickeln. So kann sie neben dem Verkauf auch Workshops zum Thema Einrichten und



KONTAKT

**Hof und Heim Interior
Conceptstore**

Langgasse 1
65719 Hofheim
Telefon 061 92/9379752
E-Mail hello@hofundheim.de
www.hofundheim.de

Gestalten anbieten: „Mein Team ist unheimlich motiviert und teilt mit mir die Leidenschaft für das nordische Design.“

Kreativ-Workshops zur Kundenbindung

Die im Hof und Heim angebotenen Workshops sind ein Mehrwert, den viele Kundinnen schätzen. „Ich liebe es beispielsweise, zu stempeln – denn Stempel sind so ein schönes Gestaltungswerkzeug“, sagt Eisenbach. Ebenso wie die Stempel-Workshops seien die Makramee- und Trockenblumen-Workshops stets nach kurzer Zeit bereits ausgebucht. „Viele Menschen haben in der Coronapandemie ihre Kreativität wiederentdeckt und wollen sich dadurch selbst verwirklichen“, so Eisenbach. Zur weiteren Umsetzung des Erlernten bietet der Store alle Materialien auch im Verkauf an.

Ohne Social Media geht heute nichts mehr, auch nicht im stationären Einzelhandel. Über die Netzwerke werden Neuheiten gepostet, Fragen beantwortet sowie die Einrichtungsstücke in einen Kontext gesetzt. Man tauscht sich aus, gibt sich Tipps und bleibt immer auf dem Laufenden. Eisenbach präsentiert ihre neuen Produkte den Followern gleich nach dem Auspacken: „Ich drehe den Spieß ganz einfach um: Bei mir schauen die Kundinnen oft zuerst in Instagram oder auf der Website nach und kommen dann zu mir in den Laden und nicht wie so oft andersrum.“ Das haptische Erlebnis wollten die Kunden keinesfalls missen: „Die Accessoires werden in die Hand genommen, ins Licht gehalten, in Szene gesetzt und die Kunden lassen sich von mir persönlich beraten.“ Durch den Instagram-Auftritt erweiterten sich das Einzugsgebiet und der Bekanntheitsgrad enorm.

Expansion geplant

Die Expansion soll nicht lange auf sich warten lassen: Zunächst habe sie sich darauf fokussiert, den Store zu etablieren. „Aber ich hatte von Anfang an drei Standbeine geplant: Den Concept-Store möchte ich noch durch Hof und Heim Kids sowie Hof und Heim Events ergänzen.“ Durch einen glücklichen Zufall habe sie im Dezember in unmittelbarer Nachbarschaft eine Location mit großer Lagerfläche und kleinem Verkaufsraum entdeckt: „Ideal für die Umsetzung beider Konzepte.“

Zwei neue Standbeine

Hof und Heim Kids soll ein Concept-Store für Kinderausstattung und Kinderzimmer-Einrichtungen sein. Angesprochen werden junge Eltern, die das Kinderzimmer stilvoll einrichten möchten und nach Kinderaccessoires im nordischen Stil suchen. Hof und Heim Events wird ein Deko-Verleih für Veranstaltungen. Insbesondere bei Hochzeiten, Familienfeiern oder Firmenevents sei die Nachfrage nach hochwertiger Dekoration unbremst. Der nordische Stil der Produkte aus dem Hof und Heim Interior Conceptstore wird dann auch federführend sein für die Auswahl der unterschiedlichen Verleihkonzepte.



DER AUTOR


Sven Säger

Stellvertretender Leiter, Standortpolitik,
IHK Frankfurt

s.saenger@frankfurt-main.ihk.de

„Meine KÄRCHER-Geräte hole ich da wo ich gut beraten werde und einen super Service bekomme.“

**Große
Mietstation**

- Teppichreiniger
- Dampfreiniger
- Hochdruckreiniger
- Kehrmaschinen
- Allesauger
- Gartengeräte
- Luftreiniger
- und vieles mehr...

50 Jahre Erfahrung
sprechen einfach für sich

- kompetente Beratung
- Riesenauswahl
- Zubehör und Ersatzteile
- Top - Reparatur-service

**KÄRCHER KÄRCHER CENTER
VIEHMANN**
Ihr Kärcherpartner in Neu-Isenburg

Verkauf - Service - Vermietung - Zubehör - Ersatzteile



www.kaercher-center-viehmann.de



Werner-Heisenberg-Str. 12
63263 Neu-Isenburg

Tel. 06102-77605
Fax 06102-31024
info@kaerchercenter-viehmann.de

„Wir gehen es pragmatisch an“

Ein Gespräch mit Eduard M. Singer, Citymanager der Stadt Frankfurt, über den Masterplan Erlebniscity sowie die Maßnahmen und Projekte, die sich aus den Leitlinien dieses Papiers ableiten lassen.

Foto: Jochen Müller



Eduard M. Singer, Citymanager, Frankfurt: „Noch funktionierende Einkaufsstraßen wie die Zeil, die Luxus-Einkaufsstraße Goethestraße oder die Töngesgasse beeinflussen den Einkaufsstandort Innenstadt positiv.“

Herr Singer, im Masterplan Erlebniscity werden Leitlinien für die Entwicklung der Frankfurter Innenstadt formuliert. Wie soll sich die Innenstadt wandeln? Die Frankfurter Innenstadt soll das Aushängeschild für einen modernen Arbeits-, Lebens-, Kultur- und Erlebnisraum sein. Sie ist schon jetzt die international anerkannte Visitenkarte der Stadt und kultureller Bezugspunkt für die gesamte Metropolregion. Unsere Innenstadt ist künftig mehr denn je ein wertiger Erlebnisort, um Freizeit, Kultur und gesellschaftliche Begegnung zu erfahren, barrierefrei zu erleben und Gastronomie, Handel und Alltag zu genießen. Sie ist zugleich Spiegel unserer Stadtgeschichte und -gesellschaft sowie einer global vernetzten und regional verwurzelten Stadtidentität. Sie verbindet spürbare Tradition und erlebbare Geschichte mit smarter Zukunft und nachhaltigem Fortschritt.

Wo sehen Sie die Stärken Frankfurts?

Frankfurts Innenstadt vereint das baukulturelle Erbe der Gesamtstadt auf engstem Raum. Noch funktionierende Einkaufsstraßen wie die Zeil, die Luxus-Einkaufsstraße Goethestraße oder die Töngesgasse beeinflussen den Einkaufsstandort Innenstadt positiv. Zahlreiche Restaurants sowie Märkte, wie der Erzeugermarkt auf der Konstablerwache oder die Kleinmarkthalle, prägen die City kulinarisch. Große Museen und Kultureinrichtungen mit überregionaler Strahlkraft sowie kleine Galerien sind in der City ansässig. Firmenzentralen und Bürohochhäuser stehen auch optisch für die Dynamik des Wirtschaftsstand-

ortes und prägen das Gesicht der Innenstadt. Eingerahmt von den grünen Wallanlagen und im Süden durch den Main begrenzt, bietet die Innenstadt optimale Voraussetzungen zur Gestaltung sehr attraktiver Freizeit-, Konsum-, Naherholungs- und Begegnungsorte.

Welche Schwächen wurden identifiziert?

Als Schwächen wurden unter anderem die mangelnde Sauberkeit und Aufenthaltsqualität auf öffentlichen Plätzen und Grünflächen genannt. Auch strukturelle Hemmnisse, wie das Fehlen einer gemeinsamen Entwicklungsperspektive und Umsetzungsstrategie oder eines aktiv geführten Netzwerks der Innenstadtakteure wurden identifiziert.

Mit welchen Maßnahmen könnten schnell sichtbare Ergebnisse erzielt werden?

Der Ausbau geeigneter Innenstadtnetzwerke steht ganz oben auf der Agenda. Hierfür stehen Fördermittel aus dem Bundesprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ zur Verfügung, die wir zielführend einsetzen wollen. Allerdings führt dies nicht zu einer unmittelbaren Sichtbar- und Wirksamkeit. Unmittelbar sichtbare Ergebnisse erzielen wir bereits mit Aktionen des City- und Stadtteilmarketings wie der Weihnachtsbeleuchtung auf der Zeil, Nachtschicht Hauptwache, Adler Shopping Week und imagefördernde Aktionen im Bahnhofsviertel. Aus unserer Sicht wären noch mehr sichtbare Maßnahmen wünschenswert, um die Innenstadt zu beleben, wie etwa die Verschattung an heißen Sommertagen und Familienfreundlichkeit. Wir wollen in Zeiten extrem knapper kommunaler Haushalte trotzdem Schlaglichter setzen und Formate wie das Demokratiefest, Sommer am Main oder Jazz zum Dritten und natürlich auch die Feierlichkeiten rund um das Paulskirchenjubiläum unterstützen. Die Umsetzung eines Cleanup Days mit den Zeilanliegern, dem Citymarketing und Cleanffm ist in Planung.

Wie lässt sich die Aufenthaltsqualität in Frankfurt möglichst rasch verbessern?

Diese Frage muss man aus der jeweiligen Perspektive des Befragten betrachten. Fragt man Touristinnen und Touristen, suchen diese Hotspots, einzigartige Orte, Kultur und gastronomische Angebote. Fragt man die Bürgerinnen und Bürger, suchen diese oft gemütliche Treffpunkte mit Kolleginnen und Kollegen sowie Freundinnen und Freunden. Familien suchen neben Shopping und Kultur oft auch Erlebnisse für und mit Kindern. Sportlerinnen und Sportler wollen sich frei bewegen und am liebsten mitten in der City die Natur erleben können. Es gibt also nicht die eine Maßnahme, mit der man sofort einen Effekt erzielt, der möglichst alle glücklich macht. Mit diesem Wissen gehen wir es pragmatisch an.



IHK ONLINE

Hier können Sie den Masterplan Erlebniscity Frankfurt downloaden:



DIE AUTOREN



Dr. Noemí Fernández Sánchez

Referentin, Standortpolitik, IHK Frankfurt

n.sanchez@frankfurt-main.ihk.de



Martin Süß

Referent, Standortpolitik, IHK Frankfurt

m.suess@frankfurt-main.ihk.de



WIR DENKEN WEITER, WO ANDERE AUFHÖREN.

- LASERN
- KANTEN
- FRÄSEN
- DREHEN
- SCHWEISSEN

NEU ROHRLASERN



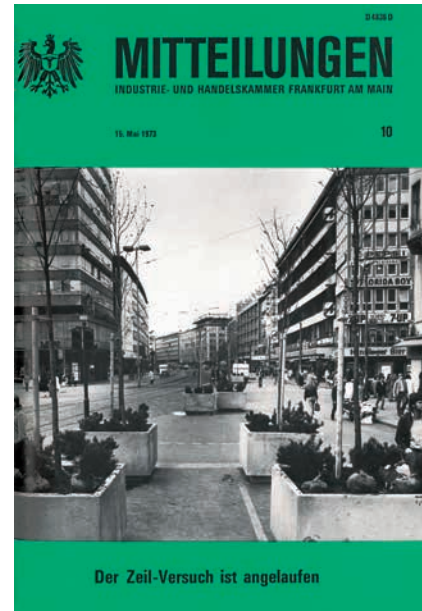
25 JAHRE
TRADITION TRIFFT TECHNOLOGIE

Metallverarbeitung Uwe Ebertz GmbH
Telefon: 02772 57538-0 · info@mue-ebertz.de

www.mue-metallverarbeitung.de



Als Provisorium gedacht, aber sofort ein Publikumserfolg: die Fußgängerzone Zeil im Mai 1973.



FRANKFURT

50 Jahre Fußgängerzone Zeil

Wie es scheint, ist es ein bislang wenig beachtetes Jubiläum: Nach heftigen öffentlichen Diskussionen wurden Autos 1973 von der Zeil verbannt. Der Sperrversuch startete am 8. Mai.

„Nach langem Hin und Her“ beginne am 8. Mai der „Versuch, die Frankfurter Zeil für den Kraftverkehr zu sperren“, berichten die Mitteilungen der Industrie- und Handelskammer vom 1. Mai 1973. Eigentlich sollte die Sperrung schon im Herbst 1971 erfolgen. Zu kurzfristig, befand die Kammer seinerzeit: „Wir haben unter Beteiligung der unmittelbar betroffenen Wirtschaftskreise darauf hingewirkt, daß ein solcher Versuch nicht überstürzt, sondern nach gründlicher Vorbereitung erst im Mai/Juni 1973 unternommen wird.“ Dabei habe die IHK den städtischen Ämtern ihre Mitarbeit nicht versagt, ist im Artikel „Zum Sperrversuch der Zeil“ nachzulesen. Die Kammer habe den Verantwortlichen „eine umfangreiche und detaillierte Liste mit Verbesserungsvorschlägen für die Verkehrsführung während der Versuchszeit zugeleitet“.

Einen Monat später zieht die IHK in ihren Kammer-Mitteilungen vom 1. Juni 1973 unter dem Titel „Kein Provisorium ist perfekt“ eine erste Bilanz: „Seit dem 8. Mai gehört die Zeil den Fußgängern. Wenn diese den neuen Bewegungsraum schon nach wenigen Tagen gut annahmen, so liegt das nicht zuletzt an den freiwilligen Aktivitäten zahlreicher Zeilanlieger, die für ein befristetes Experiment mit ungewissem Ausgang Vorleistungen zu erbringen bereit waren.“ Und weiter: „Hätte man mit dieser Straße nichts weiter unternommen als die Aussperrung des Autoverkehrs, so wäre selbst bei Sonnenschein ein ziemlich trostloses Bild ohne jede Anziehungskraft entstanden.“ Auch in der Versuchsphase sei es freilich nötig, „an manchen Punkten noch korrigierend einzugreifen“. Dass die autofreie Zeil eine

Chance bekommen sollte, steht für die Kammer außer Frage: „Im übrigen ist den übereifrigen Kritikern doch etwas mehr Geduld anzuraten.“



DIE AUTORIN



Petra Menke

Chefredakteurin, IHK WirtschaftsForum
p.menke@frankfurt-main.ihk.de



Weil Grün mehr als nur
eine Farbe für uns ist –
ZARBOCK,
die klimaneutrale Druckerei



ZARBOCK



AR1

www.blauer-engel.de/uz195



Unternehmen 06/2021 - 05/2022
www.klimaneutral.com/UC017-951729

klimaneutral
durch CO₂-Ausgleich

Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG
team@zarbock.de · www.zarbock.de

STANDORTVORTEIL GLASFASER.

Glasfaser für Ihr Unternehmen.

Wir bieten Geschäftskunden symmetrische Internetprodukte
auf Basis von reinen Glasfaser-Leitungen – gemeinsam Großes gestalten.



deutsche-glasfaser.de/business

Jetzt für
Glasfaser
entscheiden!



**Deutsche
Glasfaser**

Einkaufserlebnisse für die Familie

Reisigbesen, Zinkeimer und Kuhketten waren kurz nach dem Zweiten Weltkrieg die Bestseller im Haushaltswarengeschäft von Lisette und Otto Wagner, das sie am 10. November 1945 in Wehrheim eröffneten.



Foto: Jochen Müller

Kerstin Keßler (r.), Inhaberin, Spielwaren Wagner, mit ihrer Mutter Jutta Wagner (l.): „Die Beratung und der persönliche Kundenkontakt werden bei uns großgeschrieben.“

Zunächst als Haushaltswarengeschäft gegründet, spiegelte in den vergangenen 77 Jahren das Sortiment von Spielwaren Wagner in Wehrheim stets auch die Zeitgeschichte und den sozialen Wandel wider. „Anfangs hatten die nachgefragten Haushaltswaren noch einen deutlichen Bezug zur Landwirtschaft. Zinkeimer, Reisigbesen und Kuhketten waren Verkaufsschlager. Das Spielzeugangebot für Kinder war mit Murmeln und Drehkreiseln im Vergleich zu heute sehr überschaubar“, erzählt

Kerstin Keßler, Enkelin der Firmengründer Lisette und Otto Wagner.

Familienunternehmen in dritter Generation

Nach sechsjähriger Tätigkeit bei Villeroy und Boch stieg die Einzelhandelskauffrau und Betriebswirtin 2006 in den elterlichen Betrieb ein und hält seit 2017 in dritter Generation die Zügel in der Hand. Den Schritt, das Familienunternehmen übernommen zu haben, be-

dauert sie keinen Moment. Es sei eine schöne Herausforderung gewesen, ein effizientes Warenwirtschaftssystem einzuführen, die Sortimente neu zu strukturieren und dabei sowohl die Kundenwünsche wie auch die Wirtschaftlichkeit im Blick zu behalten.

Schade sei lediglich, dass es ihr mangels Nachfrage nicht gelungen sei, hochwertige Porzellane und Geschirrserien im Sortiment zu etablieren. „Denn meine Leidenschaft gehörte dem Por-



KONTAKT

Spielwaren Wagner

Zum Stadttor 18
61273 Wehrheim
Telefon 06081/98 1300
E-Mail shop@spielwaren-wagner.de
www.spielwaren-wagner.de

zellan“, verrät sie und fährt fort: „Aber es gab eine stets gute und wachsende Nachfrage bei unseren Schreibwaren.“ Nicht zuletzt sei auch der Bedarf an Artikeln rund um den Schulbetrieb mit zunehmenden Schülerzahlen in Wehrheim und an den umliegenden weiterführenden Schulen gestiegen.

Ein eingespieltes Team

Auch das Spielwarenangebot sei in den vergangenen Jahren gut nachgefragt worden, berichtet Keßler. „Das hat uns veranlasst, diese Sortimente auszubauen.“ Gemeinsam mit ihrer Mutter Jutta Wagner und vier langjährigen Mitarbeiterinnen sorgt Keßler für eine ansprechende Präsentation des Warenangebots auf 400 Quadratmetern Verkaufsfläche. Im Obergeschoss des Geschäfts sind die beliebten Geburtstagsstische aufgebaut, und über 300 offene Spiele laden zum Ausprobieren ein. Auch Keßlers siebenjährige Tochter Nele testet die aktuellen Gesellschaftsspiele mit Begeisterung. „Wir alle hier sind sozusagen ein ‚eingespieltes‘ Team, und ich bin stolz auf meine Mitarbeiterinnen“, betont die Geschäftsführerin.

„Die Beratung unserer großen und kleinen Kunden ist uns sehr wichtig. Egal, ob es um eine Geschenkidee oder um die Anschaffung von Küchenhelfern wie Pfannen und Töpfe geht oder ein neues Spiel für den nächsten Spiele-

abend gesucht wird: Die Beratung und der persönliche Kundenkontakt werden bei Spielwaren Wagner großgeschrieben. „Wir beraten von Herzen gerne – und das auch ausführlich.“ Die Kunden wüssten das zu schätzen: „Sie kommen auch aus Nachbargemeinden wie Usingen und Neu-Anspach zu uns.“

Individuelle Beratung beim Ranzenkauf

Besonders gut angenommen werde die individuelle Schulranzen-Beratung. „Sie ist eigentlich aus der Not entstanden“, berichtet Keßler. Vor der Coronapandemie habe man mit Luftschlangen, Clown-Auftritten und viel Unterhaltungsprogramm Ranzen-Partys organisiert. „Die waren zwar gut besucht, aber für eine optimale Beratung oder Kaufentscheidung zu trübelig.“ Durch die Beschränkungen durch die Coronapandemie habe man umdenken müssen. Mit dem Click-and-Meet-Verfahren im Frühling 2021 ging Spielwaren Wagner dazu über, individuelle Beratungs- und Besuchstermine für den Einkauf anzubieten, bei denen der passende Ranzen ausgesucht werden konnte. Dies sei bei den Kunden gut angekommen, sodass man dieses Konzept für den Schulranzen-Verkauf beibehalten hat.

Auch die Möglichkeit, über einen eigenen Online-Versandhandel das Warensortiment anzubieten, hat Keßler getestet. Im April 2020 wurde ein Onlineshop mit Versandoption erstellt. „Allerdings haben wir vom Versand wieder Abstand genommen, denn der Aufwand und die hohen Versandkosten standen in keinem Verhältnis zum Nutzen“, erklärt sie. „Auf unserer Internet-Seite kann man aber weiterhin im Onlineshop stöbern und sich informieren. Gefällt ein Produkt, kann es mit einem Klick bestellt beziehungsweise reserviert und dann persönlich bei uns im Geschäft abgeholt werden.“ Gerade auch die jüngeren Kunden machten von diesem Service gerne Gebrauch.

Nachhaltige Kundenbindung

Auf Nachfragen und Bestellungen, die über E-Mail oder Whatsapp eingingen, ist Spielwaren Wagner ebenfalls eingestellt. Diesen käme man im Sinne der Kundenbindung mit einem erweiterten Servicespektrum gerne nach, aber auch um so den Fortbestand des Traditions-geschäfts vor Ort zu sichern. Denn das Herz von Kerstin Keßler schlägt für den stationären Einzelhandel: „Wir möchten unseren Kunden ein familienfreundliches und abwechslungsreiches Einkaufserlebnis bieten.“



DIE AUTORIN

**Valentina Scheu**

Geschäftsführerin, Geschäftsstelle
Hochtaunus / Main-Taunus,
IHK Frankfurt
v.scheu@frankfurt-main.ihk.de



Carpet Cleaner

Foto: Carpet Cleaner



Carpet Cleaner feierte sein 25-jähriges Bestehen. Das Friedrichsdorfer Unternehmen, das von Karsten Keitel als geschäftsführendem Gesellschafter geleitet wird, ist Spezialist auf dem Gebiet der Reinigung textiler Bodenbeläge und Polstermöbel. Das Einzugsgebiet erstreckt sich hauptsächlich auf Hessen, abgedeckt durch die Zentrale in Friedrichsdorf und die Zweigstelle in Kassel. Oftmals werden auch Aufträge in benachbarten Bundesländern durchgeführt, denn dort befinden sich ebenfalls Stammkunden. Das Portfolio wurde sukzessive um die Bereiche „Cleaning Consultants“ (Beratung zu Reinigungsdienstleistungen) und „Klar Schiff“ (Aufräum- und Ordnungsservice) ergänzt.



KR Industrietechnik

Foto: KR Industrietechnik



KR Industrietechnik wurde vor 25 Jahren von Robert Krämer in Oberursel gegründet. Nach seiner Ausbildung zum Elektroniker und rund zehnjähriger Vertriebstätigkeit machte sich der heutige Geschäftsführer des Unternehmens mit dem Vertrieb von Industrieprodukten in 1997 selbstständig. Mit seiner langjährigen Erfahrung kann die Handelsvertretung gemeinsam mit leistungsstarken Partnern ihre Kunden in den Bereichen Maschi-

nen- und Anlagenbau, Antriebstechnik, Industriekühlgeräte, Robotik, Automation und Fördertechnik umfassend beraten und ihnen individuelle Lösungen liefern.

Feiern Sie ein Firmenjubiläum?

Im IHK WirtschaftsForum veröffentlichen wir auch Ihr Firmenjubiläum. In Zehnerschritten (ab dem 20-Jährigen) werden die Unternehmen namentlich erwähnt. Unternehmen, die beispielsweise ein 25-, 50-, 75- oder 100-jähriges Bestehen feiern, werden mit einem kleinen Artikel und Foto gewürdigt. Wir freuen uns auf Ihre Zusendungen. Kontakt: Petra Menke, Telefon 069/2197-1203, E-Mail p.menke@frankfurt-main.ihk.de.



Arnold Schröder Industrieöfen



Foto: Arnold Schröder Industrieöfen

Ursprünglich 1978 als Einzelunternehmen durch Arnold Schröder gegründet, vertreibt Arnold Schröder Industrieöfen, Flörsheim, seit 1998 Öfen für die Wärmebehandlung unter anderem von Metall, Keramik, Kunststoff und Glas. Das Know-how im Unternehmen basiert auf der langjährigen Erfahrung des Seniorchefs, der seit den Sechzigerjahren im Ofenbau tätig war und als Serviceleiter eines großen Ofenbauers jede Menge Wissen über Ofentechnologie und Temperaturregelung gesammelt hat. Das Hauptaugenmerk des Unternehmens, das inzwischen in zweiter Generation von Markus Schröder geleitet wird, liegt auf Kammeröfen in sehr unterschiedlichen Größen und Temperaturbereichen. Gemeinsam mit den Kunden werden oft auch individuelle Lösungen erarbeitet. Daneben bietet das Unternehmen seinen Kunden ein umfassendes Ersatzteilprogramm. Darüber hinaus hilft das Schröder-Serviceteam gerne, wenn eine Überprüfung, Wartung oder Reparatur an einem Ofen ansteht.

„Ein spannendes Kriminalstück“

Ein Gespräch mit Dr. Ingo Köhler, Geschäftsführer des Hessischen Wirtschaftsarchivs, Darmstadt, über die Herausforderungen, Unternehmensarchive zu systematisieren und für die Nachwelt zu erhalten.



Foto: Markus Schmidt Fotografie

Dr. Ingo Köhler, Geschäftsführer, Hessisches Wirtschaftsarchiv: „Wir sammeln nicht messiahaft Archivalien, sondern schauen Stück für Stück genau hin, welche Unterlagen historisch wertvoll sind.“

Herr Dr. Köhler, in den seltensten Fällen sind Unternehmensarchive lückenlos. Überdies ist das vorhandene Archivgut gerade in kleinen oder mittelständischen Firmen oftmals nicht systematisch sortiert oder verzeichnet. Was sollten Unternehmen beachten, wenn sie ihr Archiv neu anlegen oder optimieren möchten, um es für die nachfolgenden Generationen oder die Forschung zu bewahren?

Zu unterscheiden sind hier zwei Ebenen: einerseits der physische Aspekt, sprich die Aufbewahrungsbedingungen und damit der Erhalt. Alles Metallische wie Büro- oder Tackerklammern muss entfernt werden. Idealerweise werden die Dokumente in säurefreie Spezialkartons umgebettet, wo sie die nächsten 50 bis 100 Jahre vor weiterem Verfall geschützt sind. Sie müssen trocken, schädlings- und staub-

frei, feuersicher und – je nach Objekt – auch lichtfrei gelagert werden. Andererseits geht es um die Verzeichnung. Es reicht nicht aus, Dokumente chronologisch in einer Excel-Tabelle aufzulisten. Damit Archivalien sinnvoll genutzt werden können, muss die Verzeichnung tiefer gehen – das heißt Dokumente müssen mit Schlagwörtern beziehungsweise Metadaten angereichert und in eine Archivsoftware eingeflochten werden.

Kann ein Unternehmen die professionelle Verzeichnung eines umfangreichen Archivbestands ohne externe Unterstützung leisten?

Wohl kaum. Meine Empfehlung wäre, dass Unternehmen zunächst ihre Unterlagen sichten und schauen, welche Akten und Fotos überhaupt vorhanden sind. Ganz wichtig: Die Strukturen und Kontexte sind bei der Bestandsaufnahme zu erhalten, sprich Fotos sollten unbedingt in den Alben und Akten in ihren Ordnern bleiben. Entscheidend für die spätere Nutzung ist nämlich die zweifelsfreie historische Zuord-

nung der Dokumente. Ohne Kontext ist ein Objekt wertlos. Für die weiteren Schritte – wie die Verzeichnung und Digitalisierung nach spezifischen archivischen Vorgaben – sollten sich Unternehmen tatsächlich an professionelle Partner wie das Hessische Wirtschaftsarchiv wenden.

che Personen auf den Fotos zu sehen sind. Hier beginnt oftmals eine detektivische Rechercharbeit. Wichtig ist immer, dass alle Objektträger von Bildern aufbewahrt werden und nicht nur die Fotos. Dias oder Negative können für die Archivierung deutlich wertvoller sein als alte vergilbte Bilder, weil

„Wir machen Unternehmensgeschichte erlebbar“

Nicht nur Schriftstücke, sondern gerade auch Fotos sind wichtige historische Dokumente, da sie Geschichte visualisieren und lebendig machen. Wie werden alte Bilder sortiert und vor allem richtig aufbewahrt?

Bilder sind ganz zentrale Quellen, um in die Vergangenheit zu blicken. Wie jedes Schriftstück, so benötigt jedes Foto ebenfalls Rahmendaten, damit es historischen Ereignissen oder Prozessen zweifelsfrei zugeordnet werden kann: Man muss wissen, wann und wo es aufgenommen wurde und wel-

darum mit moderner Bildbearbeitung höherwertige digitale Fotoabzüge hergestellt werden können.

Anfang der Neunzigerjahre wurde das Internet massentauglich, E-Mails wurden in kürzester Zeit fester Bestandteil des Arbeitslebens. Welche Herausforderungen bringt die digitale Revolution für das Archivieren mit sich?

Wenn wir drei Jahrzehnte zurückblicken, stehen wir genau an der Schwelle, an der in den Unternehmen der digitale Umbruch begann. Momentan sind

DREI FRAGEN AN



Philipp Keller, Geschäftsführer des Frankfurter Familienunternehmens Lorey, über die Übergabe des Firmenarchivs an das Hessische Wirtschaftsarchiv (HWA)

Herr Keller, Lorey hat ein selten gut erhaltenes Firmenarchiv. Wie kam die Sammlung zustande?

Mein Großvater Karl Keller hatte ein Faible dafür, alte Firmenunterlagen, vor allem auch Lorey-Anzeigen, zu sammeln und zu sortieren. Das meiste stammt aus den Fünfzigerjahren, der goldenen Zeit des Einzelhandels.

Warum lassen Sie die 227-jährige Firmengeschichte zusammen mit dem HWA aufarbeiten und ein Kon-

zept für das künftige Unternehmensarchiv erarbeiten?

Die IHK hat mich auf diese Option aufmerksam gemacht und den Kontakt zum HWA vermittelt. Für mich war das zunächst Neuland, Herr Dr. Köhler hat mich aber rasch überzeugen können. Im Geschäftsalltag bleibt mir ohnehin keine Zeit, mich intensiver mit einem Firmenarchiv zu befassen.

Künftig wird der größte Teil Ihres Firmenarchivs in den Bestand des

HWA wechseln. Fällt Ihnen das Loslassen schwer?

Überhaupt nicht, unsere Archivalien sind dort in den besten Händen. Statt in meinem Büro zu schlummern, ist unser Firmenarchiv nun für die Forschung und weiterhin für die Familie jederzeit zugänglich.

Die Fragen stellte Petra Menke, IHK Frankfurt.

Hessisches Wirtschaftsarchiv: Unternehmensgeschichte bewahren

Das Hessische Wirtschaftsarchiv (HWA) ist seit 30 Jahren die zentrale Sammelstelle für historische Kulturgüter aus dem Wirtschaftsleben in Hessen. Als gemeinnützige Serviceagentur der hessischen Industrie- und Handelskammern und der Handwerkskammer Frankfurt-Rhein-Main werden dort Unterlagen von Unternehmen, Verbänden und Organisationen der regionalen Wirtschaft archiviert. Das HWA macht Wirtschafts- und Unternehmensgeschichte in Ausstellungen und Events erlebbar. Darüber hinaus berät es Unternehmen in allen Fragen der historischen Kommunikation sowie der Archivierung und Digitalisierung.

www.hessischeswirtschaftsarchiv.de

bei uns noch 90 Prozent der Übernahmen von Firmenarchiven analog, aber dies wird sich schon bald ändern. Dann wird es zunehmend Born Digitals geben, also Objekte, die niemals analog gewesen sind. Unternehmen nutzen eine Vielzahl an E-Mail-Programmen, Kommunikationssystemen, speziell auf ihre Branche zugeschnittene oder für die Firmenbedürfnisse programmierte Fachverfahren. Das stellt Firmen- und Wirtschaftsarchivare vor die große Herausforderung, die in unterschiedlichsten technischen Umfeldern vorliegenden Daten unabhängig von der jeweiligen Software und den Speichermedien zu machen, um sie dadurch in die Zukunft zu retten.

Angenommen, ein Unternehmen stellt bei der chronologischen Aufarbeitung des Archivguts einige Zeitsprünge in der Firmenhistorie fest. Gibt es Möglichkeiten, solche weißen Flecken zu schließen?

Wir unterstützen Unternehmen gerne bei ihren Recherchen. Grundsätzlich können wir aus den Kammerbeständen für jedes hessische Unternehmen, das angemeldet war oder ist, zumindest die Grunddaten zur Verfügung stellen. Da das Hessische Wirtschaftsarchiv die Dienstbibliotheken aller hessischen IHKs übernommen hat, sind wir zur größten wirtschaftshistorischen Bibliothek in Hessen angewachsen. Insgesamt verfügen wir über rund 250 000 Verzeichnungseinheiten, sodass Unternehmen gute Chance haben, bei uns

kleine oder größere Mosaiksteine ihrer Firmengeschichte ausfindig zu machen. Darüber hinaus sind wir wissenschaftlich gut vernetzt und bilden eine Schnittstelle zu Stadt- und Staatsarchiven. Die Recherchen sind auch für uns ganz oft wie ein spannendes Kriminalstück. Man fühlt sich schon ein wenig als Detektiv, der versucht, historische Puzzleteile aufzuspüren. (lacht)

Pro Jahr übergeben etwa 20 bis 30 hessische Unternehmen ihre Firmenarchive an das Hessische Wirtschaftsarchiv. Wie werten Sie diese Bestände aus?

In einem Basisangebot übernehmen wir Firmenarchive unentgeltlich. Denn wir sind als gemeinnütziger Verein organisiert und stehen als historische Serviceagentur der hessischen IHKs sowie der Handwerkskammer Frankfurt-Rhein-Main für alle Unternehmen zur Verfügung. Zuvorderst sichern wir die Bestände, um sie zu erhalten. Wir sammeln aber nicht messiahaft Archivalien, sondern schauen Stück für Stück genau hin, welche Unterlagen historisch wertvoll sind. Erhalten werden nur solche Materialien, mit denen man Storytelling oder wissenschaftliche Analyse betreiben kann. Darüber hinaus gehört es zu unseren Aufgaben, Content zum Beispiel für Jubiläen, Ausstellungen und Publikationen zu liefern und aktive historische Kommunikation zu betreiben. Wir bewahren Geschichte, aber wir tragen sie auch in die Öffentlichkeit und machen sie erlebbar.



IHK ONLINE

In einem weiteren Interview spricht Dr. Ingo Köhler, Geschäftsführer, Hessisches Wirtschaftsarchiv, über die Bedeutung von Firmenarchiven als Image- und Wettbewerbsfaktoren für Unternehmen. Dieses Gespräch kann hier abgerufen werden:



INTERVIEW



Petra Menke

Chefredakteurin, IHK WirtschaftsForum
p.menke@frankfurt-main.ihk.de

UNTERNEHMENSFÖRDERUNG

Familienorientierte Personalpolitik



Foto: mauritius images / Lev Dolgachov / Alamy Stock Photos

Einen umfassenden Überblick über das Thema Vereinbarkeit und viele praktische Impulse zu Themen wie Arbeitszeitgestaltung, betriebliche Kinderbetreuung, Digitalisierung, Elternzeit oder Pflege gibt das Checkheft „Familienorientierte Personalpolitik für kleine und mittlere Unternehmen“, das vom Unternehmensnetzwerk „Erfolgsfaktor Familie“ gemeinsam mit der DIHK und dem Bundesfamilienministerium herausgegeben wurde. www.erfolgsfaktor-familie.de

UNTERNEHMENSFÖRDERUNG

Digi-Zuschuss: neue Bewerbungstermine

Die zunehmenden Anfragen, ob und wann es wieder Calls zum Digi-Zuschuss geben wird, zeigen das große Interesse an diesem Förderprogramm. Die neuen Termine für die Calls 2023 sind 10. Mai, 12. Juli und 4. Oktober. Die Onlinebewerbung wird je Förderaufruf für 48 Stunden geöffnet sein. Beratung zu diesem und anderen Antragsverfahren zur Innovationsförderung erhalten Sie bei IHK Hessen innovativ: www.ihk-hessen-innovativ.de. Weitere Infos zum Digi-Zuschuss finden Sie auf der Webseite der WIBank: www.wibank.de/digital-zuschuss



NEWSLETTER: JETZT ABONNIEREN!

www.frankfurt-main.ihk.de/newsletter

METROPOLREGION

Wohnungsmarktbericht 2022/2023


Der Immobilienmarkt befindet sich seit Monaten in einem Spannungsfeld zwischen hohen Energie- und Rohstoffpreisen, anhaltenden Lieferkettenproblemen, erschwerter Finanzierungskonditionen, fehlenden Fachkräften und einer hohen Inflationsrate. Diese Mischung beeinflusst nicht nur die Bauwirtschaft, sondern hat auch gravierenden Einfluss auf den Immobilienmarkt im IHK-Bezirk Frankfurt, wie die neue Ausgabe des Wohnungsmarktberichtes 2022/2023 zeigt. Kostenfreier Download: www.frankfurt-main.ihk.de/wohnungsmarktbericht

UMWELT

Energiepreisbremsen: ein Überblick



Foto: mauritius images / Andreas Prott / Alamy Stock Photos

Am 1. Januar traten die Gas- und Strompreisbremse in Kraft. Damit sollen Gas und Strom für Unternehmen weiterhin erschwinglich bleiben. Die IHK Frankfurt informiert Unternehmen darüber und berät sie zu Förderprogrammen und Unterstützungsmaßnahmen im Energiebereich. Einen Überblick zu den Energiepreisbremsen und einen regelmäßig aktualisierten Katalog von Fragen und Antworten finden Sie hier: www.frankfurt-main.ihk.de  Energiepreisbremse



UMWELT

Siegelkompass im Bereich Klimaschutz

Woran erkennen wir umweltfreundliche Produkte? Welche Siegel und Standards betrachten den Klimaschutz im gesamten Unternehmen? Der Siegelkompass des Unternehmensnetzwerks Klimaschutz gibt Ihnen Orientierung in der Vielfalt von Siegeln, Zertifikaten und Initiativen. Er schafft Transparenz über die wichtigsten Siegel und Standards für Klimaschutz und Nachhaltigkeit, deren Bedeutung und Anforderungen. www.klima-plattform.de/angebote/siegelkompass



Foto: mauritius images / Pictal

RECHT


Registrierung bei der FIU empfehlenswert



Ab dem 1. Januar 2024 müssen sich Verpflichtete nach dem Geldwäschegesetz (GwG) unabhängig von der Abgabe einer konkreten Verdachtsmeldung nach § 45 Absatz 1 Satz 2 GwG bei der Zentralstelle für Finanztransaktionsuntersuchungen, der sogenannten Financial Intelligence Unit (FIU), elektronisch registrieren. Eine vorzeitige Registrierung ist aufgrund der Dauer des Anmeldeprozesses und zur Sicherstellung der unverzüglichen Abgabe von Verdachtsmeldungen empfehlenswert.

RECHT

Transparenzregister: Bußgelder drohen

Wer wirtschaftlicher Eigentümer einer eingetragenen Personengesellschaft (zum Beispiel OHG, KG, GmbH & Co. KG) oder juristischen Person des Privatrechts (unter anderem GmbH, UG, AG) ist, ist potenziell dazu verpflichtet, Informationen an das Transparenzregister zu melden. Trotz Ablaufs der Übergangsfristen fehlen von gut 600 000 Gesellschaften noch immer entsprechende Angaben. Die Fristen, in denen die Verhängung von Bußgeldern noch ausgesetzt ist, enden je nach Rechtsform gestaffelt im Laufe dieses Jahres. Für betroffene Unternehmen besteht dringender Handlungsbedarf. www.frankfurt-main.ihk.de  **Transparenzregister**

Ich bin
aktiv

FÜR MEINE GESUNDHEIT

Werden auch Sie aktiv! Wir unterstützen Sie dabei, die Gesundheit Ihrer Mitarbeiter zu fördern und zu erhalten und Betriebliches Gesundheitsmanagement erfolgreich zu etablieren.

Jetzt informieren und profitieren: www.ikk-jobaktiv.de



Nutzen Sie unsere
kostenfreien Seminare
und Vorträge. Einfach
QR-Code scannen und
anmelden.

ikk
Südwest | **JOBaktiv**
Gesund arbeiten

Bockenheimer Anlage 2
60322 Frankfurt am Main
Tel.: 0 69/5 06 08-5000





Foto: Picture Alliance / Photoshot

Skyline von Tel Aviv.

AUSSENHANDEL

Wirtschaftswunderland Israel

Deutsche Produkte sind in Israel sehr gefragt. Davon zeugt auch das bilaterale Handels- und Dienstleistungsvolumen in Höhe von rund elf Milliarden Euro. Deutschland ist wichtigster Wirtschaftspartner Israels in Europa.

Israel ist seit 2010 Mitglied der OECD, nimmt am europäischen Forschungsnetzwerk Eureka und an Horizon 2020 teil, unterhält über 30 Freihandelsabkommen, darunter auch mit der EU und Nafta, und ist der dritt wichtigste Wirtschaftspartner Deutschlands in der gesamten Mena-Region. Das kleine Land am östlichen Mittelmeer von der Größe Hessens hat sich fast unbemerkt zu einem Wirtschaftswunderland gemausert. Deutschland war von Anbeginn Pate dieser erstaunlichen Entwicklung und hat bis heute seine Rolle als bedeutendster Wirtschafts-

und Handelspartner in Europa und als drittgrößter neben den USA und China nie verloren.

Gewachsene Geschäftsbeziehungen

Über 7000 deutsche und israelische Unternehmen pflegen langjährige Geschäftsbeziehungen miteinander und sorgten 2022 für ein bilaterales Handels- und Dienstleistungsvolumen von über elf Milliarden Euro, von denen 60 Prozent deutsche Exporte nach Israel und der Rest israelische Exporte nach Deutschland ausmachten. Beim

Güterexport liegt Deutschland traditionell vorn, bei den Geschäftsdienstleistungen, hier vor allem Softwareentwicklungen sowie Forschungs- und Entwicklungs(FuE)-Leistungen, hat Israel deutlich die Nase vorn.

In Israel sind deutsche Produkte, Waren und Maschinen sehr beliebt. Am Bau konventioneller Kraftwerke, von Containerschiffen, U-Booten, Eisenbahnen und Projekten der erneuerbaren Energien und der Energieeffizienz sind deutsche Konzerne, aber auch kleine und mittelständische Unternehmen beteiligt.



— VERANSTALTUNG —

75 Jahre Israel und die deutsch-israelischen Wirtschaftsbeziehungen

Dienstag, 6. Juni, 10 bis 18 Uhr,
IHK Frankfurt

Anlässlich der Verabschiedung des langjährigen Geschäftsführers der AHK Israel und der Deutsch-Israelischen Wirtschaftsvereinigung, Grisha Alroi-Arloser, in den Ruhestand, findet ein hochrangig besetztes Podiumsgespräch über die Zukunft der deutsch-israelischen Wirtschaftsbeziehungen statt. Im Fokus stehen die vier Megathemen Cybersicherheit, Energie, Biotech und Health sowie Foodtech. Herausforderungen, Handlungsbedarfe und Synergien sowie gemeinsame Wege in eine sichere und nachhaltige Zukunft sollen aufgezeigt werden.

Programm und Anmeldung: <https://events.frankfurt-main.ihk.de>



Fahrzeuge, Maschinen, Produkte der chemischen Industrie und der Energiewirtschaft, Medizin- und Umwelttechnik finden großen Absatz in Israel. 6,8 Prozent sämtlicher Einfuhren stammen aus Deutschland.

Silicon-Wadi

Doch ist Israel nicht allein als Absatzmarkt für deutsche Erzeugnisse interessant. Das Land hat sich zum Mekka für technologiehungrige Weltkonzerne entwickelt und wird in der Szene gern als Silicon-Wadi bezeichnet. Mit dem weltweit höchsten Anteil am BIP (5,1 Prozent) für Ausgaben für zivile Forschung und Entwicklung, dem größten Risikokapitalaufkommen pro Kopf, der zweithöchsten Dichte an Start-ups, namhaften Forschungseinrichtungen, beispielhaften Technologietransferorganisatio-

nen an Hochschulen und Universitäten und einem kaum fassbaren Innovationswillen und Unternehmergeist avancierte Israel seit Mitte der Siebzigerjahre zum FuE- und Produktionsstandort für Global Player wie Motorola, Intel, Microsoft, Merck, IBM, General Electric, HP, Cisco, Sun, Apple, Google und Facebook. Insgesamt sind fast 400 multinationale Konzerne in Israel vertreten.

Seit Mitte der Neunzigerjahre haben zunehmend auch deutsche Konzerne den Innovationsstandort Israel entdeckt: SAP Labs Israel beschäftigt rund 800 Mitarbeiter, der Beitrag zum Gesamtumsatz des Unternehmens ist weit überproportional. Die Deutsche Telekom unterhält die DT Laboratories an der Ben-Gurion-Universität in Beer Sheva und lässt über 100 Soft- und Hardwareentwickler an den IT-Lösungen der Zukunft arbeiten.

Potenziale noch nicht ausgeschöpft

Und nicht nur Waren- und Know-how-Ströme, sondern auch das beachtliche Maß wechselseitiger Investitionen lässt aufhorchen. Der israelische Generika-Riese Teva hat vor wenigen Jahren die deutsche Ratiopharm erworben. Für das israelische Rubrikenportal Yad2 legte Axel Springer Digital Classifieds 165 Millionen Euro auf den Tisch. Die israelische Federmann-Gruppe, Inhaber der Freiburger Compound Materials in Sachsen, hat das Unternehmen durch gezielte Investitionen und geschickte internationale Partnerschaften zu einem der weltführenden Hersteller für Galliumarsenid avancieren lassen. VW erwarb 2016 für über 300 Millionen Euro das israelische Mobilitätsunternehmen Gett, und Continental stieg 2018 zu einem ähnlichen Preis im israelischen Unternehmen Argus ein. Sogar die Coronakrise konnte die ausländischen Direktinvestitionen nur unmerklich beeinträchtigen. 2021 erwarb die Schwarz-Gruppe das israelische Cyberunternehmen XM-Cyber für über 700 Millionen Euro.

Israel wird sich in den kommenden Jahren verstärkt um den Anschluss der geografischen und der sozialen Peripherien an die ausgezeichneten gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen kümmern, die Reformstaus im Gesundheits-, Verkehrs- und Berufsbildungswesen angehen und die rasant gewachsenen sozioökonomischen Klüfte schließen müssen, wenn die großartigen Erfolge der vergangenen zwei Jahrzehnte nachhaltig bleiben sollen. Deutschland hingegen kann von Israels Risikofreudigkeit, Innovationsfähigkeit und Gründermentalität, den flachen Hierarchien, dem Improvisationsvermögen und der Lösungsorientiertheit einiges lernen. Das Potenzial für gemeinsame Erfolge ist noch lange nicht erschöpft.



IHK ONLINE

Weitere Infos über den Wirtschaftsstandort Israel finden Sie unter:

<https://israel.ahk.de>
www.d-i-w.de



DER AUTOR



Grisha Alroi-Arloser

Geschäftsführer, AHK Israel, Tel Aviv
info@ahkisrael.co.il

Handelshemmnisse abbauen

Die Ergebnisse der DIHK-Umfrage „Going International“ liegen vor. Rund die Hälfte der befragten hessischen Unternehmen beklagt insbesondere diverse Handelshemmnisse, die das Auslandsgeschäft erschweren. Hier sehen sie die Politik in der Verantwortung.



Foto: Mauritius Images / Prasad Roodhian / Alamy Stock Photo

In Zeiten großer Unsicherheit setzen viele Unternehmen aus Hessen auf den europäischen Binnenmarkt und ihre traditionell guten Geschäftsbeziehungen nach Nordamerika. Mit weitaus größerer Zurückhaltung sieht man Engagements in Schwellenländern und Wachstumsmärkten. Das ist eines der zentralen Ergebnisse der bundesweiten Umfrage Going International der DIHK, die mit Unterstützung der 79 deutschen IHKs Anfang des Jahres durchgeführt wurde. 2.400 auslandsaktive Unternehmen waren daran beteiligt, darunter knapp 180 aus Hessen.

USA und Kanada

Diese waren mit mehr als 90 Prozent guten und befriedigenden Rückmeldungen am erfolgreichsten auf dem europäischen

Binnenmarkt unterwegs. Sehr gut ist auch das USA-Geschäft verlaufen: Dort bewerten 88 Prozent der Befragten ihre Geschäftssituation als gut oder befriedigend. Bei den Geschäftsaussichten 2023 dominiert eindeutig der nordamerikanische Kontinent. Die Vereinigten Staaten haben demnach beim Saldo aus positiven und negativen Erwartungen im Vergleich zu 2022 noch mal um drei auf nun 20 Punkte aufgeholt. Am eindrucksvollsten hat sich allerdings die Einschätzung des kanadischen Marktes im gleichen Zeitraum verbessert: Hier ist der Saldo um 14 auf insgesamt 17 Punkte angestiegen.

Europäische Union

Die Eurozone sowie die sonstige EU einschließlich der Schweiz und Norwe-

gens haben zwar seit der letzten Befragung zwölf respektive fünf Saldopunkte eingebüßt. Allerdings bildet der europäische Binnenmarkt gemeinsam mit den USA und Kanada den exklusiven Club derjenigen Wirtschaften, in denen die Geschäftsperspektiven unterm Strich positiv bleiben. Im Rest der Welt befürchtet die hessische Wirtschaft, die eigenen Geschäfte könnten sich insgesamt schlechter entwickeln. Der bisher positive Trend im Wirtschaftsraum Asien-Pazifik hat sich umgekehrt und liegt nun bei minus zwei Punkten. In ost- und südosteuropäischen Nicht-EU-Staaten, in Mexiko, im Nahen Osten, sowie in Nord- und in Subsahara-Afrika haben sich die Geschäftsperspektiven im Vergleich zu 2022 noch einmal verschlechtert. Am augenfälligsten ist erwartungsgemäß der Absturz in Russland, und zwar um 22 Punkte von minus 52 auf minus 74 Saldopunkte. Im negativen Bereich aufgeholt haben hingegen das Vereinigte Königreich um vier auf nun minus 19 Punkte, die Türkei um 19 auf aktuell minus 18, China um vier auf minus 13 sowie Lateinamerika um drei auf momentan minus sechs Saldopunkte.

Über die Hälfte der hessischen Unternehmen sind im vergangenen Jahr auf Handelshemmnisse gestoßen, hauptsächlich hinzugekommene Sanktionen und verschärfte Zertifizierungsanforderungen auf den unterschiedlichen Märkten. Überproportional sticht hier wieder Russland hervor, welches wegen des

Überfalls auf die Ukraine von den wichtigsten Industriestaaten der Welt mit sehr weitreichenden Sanktionen belegt worden ist. Unverändert hoch bleibt die Wahrnehmung von Barrieren im Geschäft mit dem Vereinigten Königreich. In China sehen nur noch 29 Prozent der beteiligten hessischen Unternehmen ihre Geschäfte mit Hindernissen konfrontiert, was eine deutliche Verbesserung um 14 Prozentpunkte darstellt.

Erwartungen an die Politik

Dementsprechend sind auch die Erwartungen an die Politik: Über drei Viertel der befragten Firmen aus Hessen fordern diese auf, sich für den Abbau der Handelshemmnisse einzusetzen, knapp die Hälfte wünscht sich ehrgeizige Handelsabkommen mit wichtigen Partnerländern und mehr als ein Drittel bessere multilaterale Regelungen, zum Beispiel innerhalb der Welthandelsorganisation. Viel Kritik seitens der Unternehmen ern-

tet die Politik allerdings für das am 1. Januar in Kraft getretene Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) – und dies, obwohl mehr als die Hälfte der Befragten in Hessen diesbezüglich bislang noch nicht kontaktiert worden sind.

Bei den Betroffenen hingegen sind es am häufigsten ihre Auftraggeber, weniger oft Lieferanten, Dienstleister oder Banken. 92 Prozent der Befragten fürchten bürokratischen Aufwand, zwei Drittel erhöhte Kosten, 59 beziehungsweise 58 Prozent verweisen auf unklare Anforderungen und Rechtsunsicherheit, die mit dem Gesetz für sie geschaffen wurden. Die Hälfte der hessischen Unternehmen bezeichnet undurchsichtige Lieferketten als Herausforderung. 59 Prozent rechnen nicht mit dem Verständnis ihrer ausländischen Geschäftspartner für die neuen Anforderungen aus dem deutschen Gesetz. In der Folge befürchtet ein knappes Drittel den Verlust seiner Zulieferer.



IHK ONLINE

Die detaillierten Ergebnisse der DIHK-Umfrage „Going International“ zum Download:

www.frankfurt-main.ihk.de
 **Going International**



DER AUTOR



Paul Schmitz

Referent, International, IHK Frankfurt
p.schmitz@frankfurt-main.ihk.de



FRANKFURTER AUSSENWIRTSCHAFTSKALENDER

Africa MedPharma Day: Geschäftschancen im Gesundheitssektor in Nordafrika

Donnerstag, 11. Mai, 9.30 bis 17.30 Uhr, Telefon 069/21 97-1435

75 Jahre Israel und die deutsch-israelischen Wirtschaftsbeziehungen: Auf starkem Fundament gemeinsam in die Zukunft

Dienstag, 6. Juni, 10 bis 18 Uhr, Telefon 069/21 97-1435



Weitere Infos und Anmeldung zu den Veranstaltungen online unter www.frankfurt-main.ihk.de/veranstaltungen

Die Teilnahme an den Veranstaltungen ist teilweise gebührenpflichtig.

Deutsch-Amerikanischer Wirtschaftstag

Donnerstag, 15. Juni, ganztägig, Telefon 069/21 97-1294

German-Korean Business and Investment Summit

Mittwoch und Donnerstag, 28. und 29. Juni, Telefon 069/21 97-1433

International Stammtisch

Telefon 069/21 97-1359, www.newcomers-network.de



HESSEN CHAMPIONS

Der Innovations- und Wachstumspreis



Sind Sie ein Champion?

Erzählen Sie die Erfolgsgeschichte Ihres Unternehmens!

Egal wie groß oder klein Ihr Unternehmen ist: Jedes erfolgreiche Unternehmen hat die Chance „Hessen-Champion 2023“ zu werden. Der Wettbewerb vergibt Preise in den Kategorien Innovation, Weltmarktführer und Jobmotor.



Jetzt bewerben: hessen-champions.de



Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen



VEREINIGUNG DER HESSENISCHEN UNTERNEHMERVERBÄNDE



Mitgliedische Beteiligungsgesellschaft Hessen mbH



Wirtschaftsförderer für Hessen

Energiefressern auf der Spur

Ein Gespräch mit Markus Mettler, technischer Betriebsleiter bei ebm-Papst, Muldingen. Er ist Vater der Idee der „Energiescouts“, die in Deutschland und acht anderen europäischen Ländern längst ein Erfolgsprojekt sind.

Herr Mettler, Glückwunsch zur wohlverdienten Auszeichnung. Wie fühlt sich das an?

Ich freue mich darüber. Vor allem aber verdient die Initiative der Energiescouts jede Aufmerksamkeit, die sie erhalten kann. Gerade das vergangene Jahr hat noch einmal deutlich gemacht, wie verwundbar wir beim Thema Energie sind. Energiesparen hatte und hat Hochkonjunktur. Betriebe können sofort auf unser in der Praxis vielfach bewährtes Konzept zurückgreifen: Allein in Deutschland haben mehr als 10 000 junge Menschen in weit über 1 000 Unternehmen mitgemacht und sich zu Energiescouts ausbilden lassen.

Ihre Initiative haben Sie in einer Zeit gestartet, als die Energiepreise noch deutlich niedriger waren. Was hat Sie angetrieben?

Die Idee dazu hatte ich 2010. Energieeffizienz treibt mich schon mein ganzes Berufsleben um. Inspiriert hat mich auch ein Leitspruch unseres Unternehmensgründers Gerhard Sturm: „Jedes neue Produkt muss ökonomisch und energetisch besser sein als seine Vorgänger.“ Dieser Ehrgeiz hat auch mich gepackt. Also habe ich auf eigene Faust jeweils zwei Azubis aus dem kaufmännischen und aus dem gewerblichen Bereich angesprochen. Sie waren sofort Feuer und Flamme für das Vorhaben, Energiefresser zu finden und aus dem Unternehmen zu verbannen. Daraus sind dann die Energiescouts geworden – junge Menschen im Betrieb mit



Foto: ebm-Papst

Markus Mettler, technischer Betriebsleiter, ebm-Papst: „Das gemeinsame Interesse hat zu einer Vernetzung unterschiedlicher Unternehmen und Regionen geführt, weit über den beruflichen Alltag hinaus.“

besonderer Sensibilität für Energieeffizienz und betrieblichen Klimaschutz.

Wie hat sich das Projekt entwickelt?

Gemeinsam mit der Unternehmenskommunikation und der Ausbildungsabteilung haben wir das Projekt bekannt gemacht und kontinuierlich weiterentwickelt. Begonnen haben wir aber bei uns im Betrieb. Später sind andere Unternehmen aufmerksam geworden, haben sich die Idee von uns erklären lassen. Als die örtliche IHK und in der Fol-

ge auch der DIHK eingestiegen sind, hat das Unterfangen eine enorme Dynamik erhalten. Heute sind die Energiescouts in ganz Deutschland und in acht anderen europäischen Ländern zu finden. Insofern ist die Idee ein kleiner deutscher Exportschlager – wobei ich betonen möchte, dass daran niemand Geld verdient. Das Konzept ist frei nutzbar, die IHK-Kurse in aller Regel kostenfrei. Jedes Unternehmen kann mitmachen und unsere Ideen und Erfahrungen aufgreifen.

Hat die Berichterstattung über Klimawandel – Stichwort Friday for Futures – und Nachhaltigkeit Ihrer Idee zusätzlichen Auftrieb gegeben?

Bestimmt. Allerdings muss ich sagen: Die jungen Menschen waren auch schon vorher leicht zu motivieren. Sie

Weitere Infos

Seit Projektbeginn wurden bundesweit mehr als 10 000 Auszubildende zu Energiescouts weitergebildet. Auch die IHKs Frankfurt und Offenbach bieten die kostenfreie Qualifizierungsmaßnahme an. Falls Sie mit Ihren Azubis an dem Projekt teilnehmen möchten, sprechen Sie uns gerne an: Luise Riedel, Telefon 069/2197-1480, E-Mail l.riedel@frankfurt-main.ihk.de, www.frankfurt-main.ihk.de/energiescouts

Ablauf

- Beginn der Ausbildungsinitiative: jedes Kalenderjahr im Herbst
- Dauer: etwa 6 Monate
- Zielgruppe: Auszubildende im zweiten und dritten Lehrjahr. Alle Ausbildungsberufe können teilnehmen, eine Spezialisierung wird nicht vorausgesetzt.
- Teilnahme an Workshops: Die IHKs Frankfurt und Offenbach bieten den Teilnehmern fünf Workshop-Module an (Einführung in die Energieeffizienz und -politik, Messen mit Messgeräten, Kommunikation und Präsentation, Ressourceneffizienz und betriebliches Mobilitätsmanagement, Vertiefung in den Projekten der einzelnen Teams)
- Projektpräsentation: Bei einer Abschlussveranstaltung stellen die Energiescouts ihre Praxisprojekte vor und erhalten ihre Teilnahmeurkunden.
- Weiterqualifikation: Die von den IHKs ausgezeichneten besten Energiescouts des Jahrgangs qualifizieren sich für den bundesweiten Wettbewerb.

hatten Lust, eine Aufgabe zu übernehmen, an ihr und mit ihr zu wachsen. Uns war immer wichtig, dass die Auszubildenden eigenverantwortlich handeln: dass sie etwa selbstständig Angebote für Messgeräte einholen, sie sich vorführen und erklären lassen, dass sie selbst verhandeln und bestellen. Sie haben das Thema zu ihrem Projekt gemacht. Damit sind sie weit gekommen, auch im wörtlichen Sinne: Schließlich waren unsere Energiescouts schon in New York, wurden dort von der UN empfangen, haben bei der amerikanischen Auslandshandelskammer referiert und Firmen und Schulen besucht.

Erwarten Sie sich mehr staatliche Unterstützung für Projekte wie die Energiescouts?

Ganz ehrlich: Anträge für staatliche Förderungen sind meistens so bürokratisch, dass sich der Aufwand nicht lohnen würde. Nein, der Antrieb muss aus den Unternehmen selbst kommen: Azubis wachsen an der Aufgabe, ihre Bindung an den Betrieb wird gestärkt – und man senkt Betriebskosten. Praktisch jede Neuerung zur Steigerung der Energieeffizienz rentiert sich ab dem ersten Tag. Größere Aufwendungen amortisieren sich manchmal erst nach einigen Jahren: Aber dafür ist der deutsche Mittelstand ja bekannt – dass er in Jahrzehnten und nicht in Quartalen denkt.

Haben Sie selbst auch von dem Projekt profitiert?

Auch mich persönlich hat das Engagement für die Energiescouts weitergebracht. Das gemeinsame Interesse hat zu einer Vernetzung unterschiedlicher Unternehmen und Regionen geführt, weit über den beruflichen Alltag hinaus. Selbst Mitbewerber saßen schon gemeinsam am Tisch und haben sich ausgetauscht. Wenn wir diesen Gedanken fortführen und auch in anderen Lebens- und Wirtschaftsbereichen leben, profitieren letztlich alle: Gesellschaft, Unternehmen und Umwelt.



INTERVIEW



Urban Compoj

Referatsleiter Texte und Reden,
DIHK, Berlin
compoj.urban@dihk.de

Keine Demokratie ohne Marktwirtschaft

So manch einer stellt dieser Tage infrage, inwiefern eine Demokratie auch ohne marktwirtschaftliche Ordnung funktioniert. Dabei ist die Antwort offensichtlich: Das eine geht nicht ohne das andere. Wer die Marktwirtschaft schwächt, schadet am Ende auch der Demokratie.

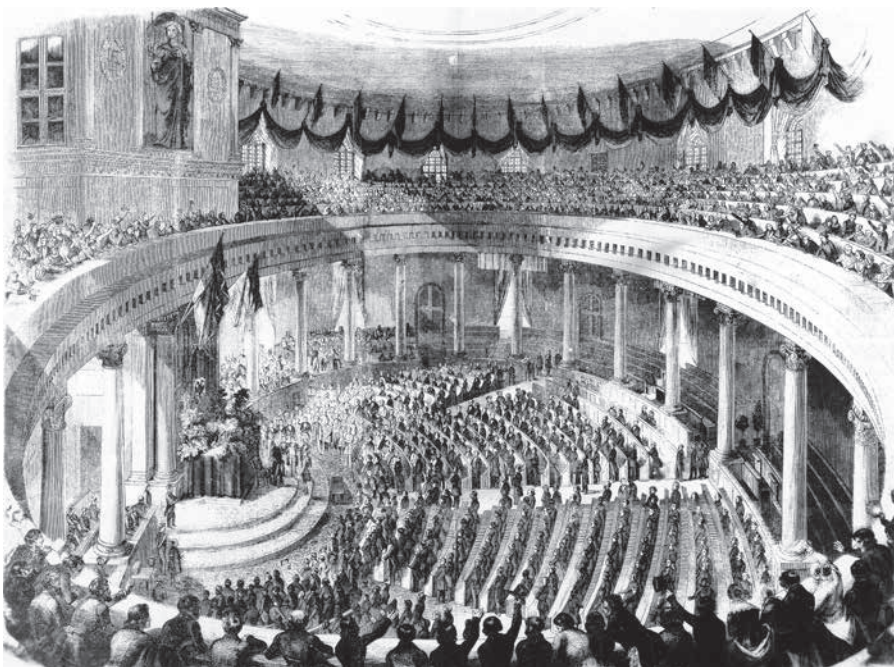


Foto: Picture Alliance/Julstein bild/Archiv Gerstenberg

Das Foto zeigt die Frankfurter Paulskirche anno 1848. Zum 175. Jahrestag des Zusammentretens der Nationalversammlung in der Paulskirche findet vom 18. bis 21. Mai ein Bürgerfest statt.

Mit Gründung der Bundesrepublik kehrte Deutschland – zumindest im Westen – wieder auf den Pfad der Demokratien zurück. Freiheit, Gleichheit und Rechtsstaatlichkeit waren nach den Jahren des Zivilisationsbruchs große Errungenschaften, die einen neuen Geist ins Land brachten. Doch es ist weniger die Demokratie als Ludwig Erhards Diktum des „Wohlstands für alle“, das über den ersten beiden Jahrzehnten nach Kriegsende steht. Denn die gelungene deutsche Staatsgründung war nicht nur Beleg eines funktionierenden demokratischen und rechtsstaatlichen Systems, sondern auch einer neuen Wirtschaftsordnung.

Wohlstand und Wachstum

Demokratie und Marktwirtschaft sind zwei Seiten derselben Münze. Es ist die Demokratie, die fundamentale Freiheit sichert und damit die Funktionstüchtigkeit des Markts herstellt. Und es ist die marktwirtschaftliche Ordnung, die Bürger an Wohlstand und Wachstum beteiligt. Wirtschafts- und Politikwissenschaftler haben gezeigt, wie erfolgreich diese Symbiose ist, wenn möglichst viele an wirtschaftlichem Aufstieg teilhaben. Da verwundert es nicht, dass der Glaube an demokratische Teilhabe schwindet, wenn das Wohlstandsversprechen für manche zu brechen droht.



ZITAT

„Ich wünsche [...] unserem Land von ganzem Herzen, dass es gelingt, die Paulskirche zu einer modernen Erinnerungsstätte für alle zu machen, zu einem Haus der Demokratie, in dem nachwachsende Generationen immer wieder ihren Platz suchen und hoffentlich auch finden.“

Frank-Walter Steinmeier,
Bundespräsident

Die Krise in einer Sphäre führt immer zu einer in der anderen. Allerdings gerät die Glaubwürdigkeit dieser Verbindung jüngst immer häufiger unter Beschuss. Die fortschreitende Globalisierung der Weltwirtschaft hat in den vergangenen Jahrzehnten Marktwirtschaften unterschiedlicher Färbung miteinander verbunden. Dabei werden freier Waren- und Kapitalverkehr nicht immer als Chance für Wachstum und Austausch wahrgenommen, oft geht das auch mit gesellschaftlichen Ängsten einher. Die weltweite Renaissance des Protektionismus ist ein Beweis dafür. Gleiches gilt für die Digitalisierung der Wirtschaft: Angst vor dem Verlust von

Arbeitsplätzen bedeutet nicht nur einen Vertrauensverlust in die Wirtschaftsordnung, sondern auch immer in das politische System als Ganzes.

Innovationen und Investitionen

In der Coronapandemie und mit dem Krieg in der Ukraine hat sich dagegen gezeigt, wie resilient Demokratie und Marktwirtschaft sind, wenn sie zusammen agieren. Die Wirtschaft hat dank der enormen Anpassungsfähigkeit des Marktes sichergestellt, dass allen Sorgen zum Trotz Wohlstand und Arbeit erhalten geblieben sind. Die Politik hat zwar nicht immer den richtigen Rahmen gesetzt, aber zumindest durch gezielte Eingriffe Belastungen abgefedert. Der „heiße Herbst“ ist ausgeblieben, der volkswirtschaftliche Schaden scheint, Stand heute, minimiert.

Doch die Arbeit ist damit nicht getan: Zukunftsfähig ist dieses System nur durch das wiederholte Einlösen des Wohlstandsversprechens. Das ist im globalen Wettbewerb nicht selbstverständlich. Die Politik muss die richtigen Rahmenbedingungen für Investitionen und Innovationen setzen. Sie muss Veränderungen moderieren, darf aber gleichzeitig die Verlierer des Strukturwandels nicht außer Acht lassen. Blei-

ben sie auf der Strecke, finden Randparteien und demokratiefeindliches Gedankengut Zulauf.

Frieden und Freiheit

Ungemach droht auch von anderer Seite: Nicht nur die Marktwirtschaft unterliegt internationalem Konkurrenzdruck, sondern auch das staatliche System. Wenn Straßen, Schienen oder Universitäten nicht nachhaltig gefördert und modernisiert werden, schwächt das die Wettbewerbsfähigkeit heimischer Unternehmen. Eine gut funktionierende Demokratie ist also auch Voraussetzung für eine funktionierende Marktwirtschaft.

Zuletzt sichert eine funktionierende Demokratie auch den Frieden. Nicht nur, weil aggressive Einzelmeinungen sich nicht an der Bevölkerung vorbei durchsetzen lassen, sondern auch, weil Krieg und Konflikt den Wohlstand aller gefährden. Gerät das demokratische System unter Beschuss, von außen oder von innen, muss sich eine Demokratie daher erwehren, um Freiheit und Wohlstand zu sichern. Fast 75 Jahre nach Gründung der Bundesrepublik tun wir gut daran, uns zu erinnern, was dieses Land so erfolgreich gemacht hat: Es sind Demokratie und Marktwirtschaft – das eine geht nicht ohne das andere.



IHK ONLINE

Bis 18. September ist im Institut für Stadtgeschichte, Frankfurt, die Ausstellung „Auf die Barrikaden! Paulskirchenparlament und Revolution 1848/49 in Frankfurt“ zu sehen.

www.stadtgeschichte-ffm.de



DER AUTOR



Prof. Michael Hüther

Direktor, Institut der deutschen Wirtschaft Köln
presse@iwkoeln.de

ALLES AUS EINER HAND VON DER PLANUNG BIS ZUM BETRIEBSGEBÄUDE

BÜHRER + WEHLING



BÜHRER + WEHLING
 Die Kraft einer starken Lösung



Glashütten.

SERIE IMMOBILIENSTANDORT

Moderate Immobilienpreise

Glashütten mit den drei Ortsteilen Glashütten, Schloßborn und Oberems ist eine in den Naturpark Hochtaunus eingebettete Gemeinde mit rund 5400 Einwohnern, die sich zu einem beliebten Wohnstandort entwickelt hat.

Der Charme von Glashütten erschließt sich nicht sofort. Der durchfahrende Besucher nimmt Glashütten oft eher als nüchtern war. Dabei öffnet sich der Ortsteil schon nach wenigen Schritten abseits der Hauptstraße in ein attraktives und naturnahes Wohngebiet. So hat sich seit den Siebzigerjahren Glashütten zu einer Alternative zu den Villengebieten im Vordertaunus entwickelt.

Gute Nahversorgung

Die Einwohner schätzen den Zugang zu zahlreichen kulturellen Angeboten, das aktive Vereinsleben und die unmittelbare Nähe zu weitläufigen Wanderwegen

mit Sehenswürdigkeiten wie den Limes und den historischen Zeugen der Glasverarbeitung, die Ursprung für die Gründung der Gemeinde waren. Die Lage inmitten der Natur schließt eine gute Ver-

kehrsanbindung nicht aus. Die Autobahn A3 ist schnell erreichbar, und von umliegenden Gemeinden bestehen direkte Schienenverbindungen nach Frankfurt. Auch die Einkaufsmöglichkeiten unter-

Frankfurter Immobilienbörse

Die Frankfurter Immobilienbörse bei der IHK Frankfurt ist ein regionaler Interessenzusammenschluss von rund um die Immobilie engagierten Unternehmen und Institutionen aus der Immobilienbranche. Eines ihrer Ziele ist die Verbesserung der Markttransparenz auf dem Immobilienmarkt im IHK-Bezirk Frankfurt. Zudem bietet sie ihren Mitgliedern eine Plattform zur Erweiterung des eigenen Netzwerks und den fachlichen Austausch. Die Serie „Immobilienstandort“ ist ebenfalls eine Initiative der Frankfurter Immobilienbörse. www.frankfurt-main.ihk.de/immobilienboerse

stützen die Attraktivität des Standortes. Ein Supermarkt und ein Discounter sind ebenso vorhanden wie weitere Angebote für den täglichen Bedarf. Zudem zeichnet sich die Gemeinde durch ihre familienfreundliche Infrastruktur mit vier Kindergärten und zwei Grundschulen aus.

Erschwinglicher Wohnraum für Familien

Die Gemeinde ist bestrebt, das Angebot an Wohnraum durch die Ausweitung attraktiver Baugebiete zu erhöhen, wie vor ein paar Jahren in Oberems und jüngst in Schlossborn. Dies trägt dazu bei, dass die Immobilienpreise moderat blieben. Laut Wohnungsmarktbericht 2022/2023 der Frankfurter Immobilienbörse sind Häuser bereits ab 300 000 Euro zu erwerben. Im Schwerpunkt liegen die Preise für Reihenhäuser bei 385 000 Euro, für freistehende Einfamilienhäuser bei 550 000 Euro. Villen wechseln jedoch auch schon für 2,5 Millionen Euro ihren Eigentümer. Die Preisspanne für Baugrundstücke liegt zwischen 250 und 430 Euro pro Quad-

ratmeter; die Wohnungsmieten bewegen sich um 8,50 Euro.

Attraktiver Gewerbestandort

Glashütten ist nicht nur ein attraktiver Wohnstandort. Über 300 Gewerbebetriebe sind hier beheimatet. Dabei unternimmt die Gemeinde viel, um Unternehmen zu halten beziehungsweise neu anzusiedeln. Kürzlich wurden die Ortsteile Glashütten und Schlossborn mit Glasfaserkabel erschlossen. Um den Flächenbedarf prosperierender Handwerksbetriebe zu erfüllen, werden derzeit Gewerbeflächen im Bereich von Oberems direkt an der B8 angedacht sowie alternative Flächen im Gemeindegebiet diskutiert. Eine Herausforderung für die Gemeinde sind jedoch manche Widerstände in Teilen der Wohnbevölkerung. Die Einstellung „nicht in meinem Hinterhof“ führt hierbei oft zu einer Verhinderung benötigter Gewerbeflächen. Dabei sollte jedem bewusst sein, dass Gewerbesteuerentnahmen eine wichtige finanzielle Voraussetzung für eine familienfreundliche Infrastruktur sind, die den attraktiven Wohnstandort Glashütten ausmachen.



DER AUTOR



Harald Blumenauer

Geschäftsführer, Blumenauer Consulting, Bad Soden

hblumenauer@blumenauer-consulting.de

DREI FRAGEN AN



Thomas Ciesielski, Bürgermeister der Gemeinde Glashütten, über die Standortqualität der rund 5 400 Einwohner zählenden Kommune

Herr Ciesielski, warum sollten Neubürger in Ihre Kommune ziehen?

Glashütten stellt eine Symbiose aus familienfreundlichem Wohnen inmitten der Natur und einem attraktiven Wirtschaftsstandort dar. Gerade für Familien, die Wohnen und Arbeiten verbinden möchten, bietet unsere Gemeinde ideale Voraussetzungen.

Was ist Ihr wichtigster Standortfaktor für Unternehmen?

Für Unternehmen bietet der Standort eine gute Infrastruktur. Glashütten ist sehr gut an die Metropole Frankfurt sowohl per Auto als auch über den öffentlichen Personennahverkehr angebunden. Das neu ausgebaute Glasfasernetz sowie die gute Kinderbetreuungsinfrastruktur, welche die Vereinbarkeit von Beruf und Familie vereinfacht, tragen ebenfalls zur Attraktivität des Standortes bei.

Was muss man über Ihre Kommune unbedingt wissen?

Durch das Gemeindegebiet verläuft das Weltkulturerbe Limes mit seinen römischen Kastellen und Wachtürmen. Nordwestlich von Glashütten befindet sich das Kleinkastell Maisel. Die Spuren sind noch gut im Gelände sichtbar.

Das Gespräch führte Harald Blumenauer, Blumenauer Consulting.


UNTERNEHMENSFÖRDERUNG

Vorschläge zum Bürokratieabbau



Foto: mauritius images / Science Photo Library / Igor Stevanovic

Wie kann Bürokratieabbau gelingen? Die DIHK hat dem Bundesjustizministerium zehn Vorschläge unterbreitet, wie sich Regelungen vereinfachen lassen – vom erleichterten Anmeldeprozess für Fotovoltaik-An-

lagen bis zur Abschaffung von Schriftformerfordernissen in der beruflichen Ausbildung. „Angesichts der derzeit großen Herausforderungen für die Unternehmen in Deutschland wiegen die bürokratischen Belastungen der Unternehmen noch schwerer“, so Rainer Kambeck, DIHK-Bereichsleiter Wirtschafts- und Finanzpolitik, Mittelstand. Wenn ein typischer Gastgewerbebetrieb jede Woche allein 14 Stunden für die Erfüllung bürokratischer Tätigkeiten aufwenden müsse, dann schein in puncto Bürokratie das Ende der Fahnenstange erreicht zu sein. www.dihk.de  Bürokratieabbau


RECHT

Neue Broschüre: soziale Absicherung

Ob Krankheit, Unfall oder Alter: Welche Risiken Selbstständigen und Existenzgründern drohen und wie sie sich am besten absichern können, darum geht es in der neuen DIHK-Publikation „Soziale Absicherung 2023“. Die 60-seitige Broschüre fasst die wichtigsten Regelungen für Selbstständige in Versicherungsfragen zusammen. www.dihk-verlag.de

AUSBILDUNG

„Ausbildungs-Ass“ ausgeschrieben

Um die „Ausbildungs-Asse“ der Wirtschaftsunioren Deutschland und der Unioren des Handwerks können sich Unternehmen bis zum 30. Juni mit ihren kreativen Ausbildungskonzepten bewerben. www.dihk.de  Deutschlands beste Ausbilder gesucht



IHK-VERANSTALTUNGSKALENDER

7. Oberurseler Werte- und Wirtschaftskongress

Freitag, 12. Mai, 10 bis 17.30 Uhr, DGD Klinik Hohe Mark, Oberursel

Nach einer Auftakt-Impulsrunde „Wertewandel und Zukunftsvorstellungen in Post-Corona-Zeiten“ geht es in Gesprächsrunden mit prominenten Talkgästen unter anderem um die Themen „Alles im Wandel, Krisen als Normalzustand – unsere Gesellschaft auf Schlingenkurs“ und „Wirtschaften und Handeln im Sinne des Gemeinwohls“. Veranstalter ist Fokus O. – Forum der Selbstständigen Oberursel, Schirmherrin des Kongresses ist die IHK Frankfurt. www.wuw-kongress.de und www.fokus-o.de

Grundlagen der Existenzgründung (IHK-Seminar)

Mittwoch, 7. Juni, 8.30 bis 15.30 Uhr, IHK Frankfurt

Der Weg in die Selbstständigkeit (IHK-Seminar)

Montag, 12. Juni, 18 bis 21 Uhr

Mit Umschulungsmaßnahmen gegen den Fachkräftemangel: Bildungsträger aus der Region stellen sich vor

Dienstag, 4. Juli, 13 bis 16 Uhr, IHK Frankfurt

Tag der Metropolregion

Montag, 10. Juli, 12 Uhr, IHK Frankfurt

Beim Tag der Metropolregion der Wirtschafts-

initiative Perform kommen Vertreter aus Politik und Wirtschaft zusammen, um über aktuelle Herausforderungen zu diskutieren, Handlungsstränge zu identifizieren und die länderübergreifende Zusammenarbeit zu stärken. Infos und Anmeldung: www.frankfurt-main.ihk.de/tm



Weitere Infos sowie eine komplette Veranstaltungsübersicht finden Sie unter www.frankfurt-main.ihk.de/veranstaltungen

Die Teilnahme ist teilweise gebührenpflichtig. Sofern nicht anders angegeben, finden die Veranstaltungen in der IHK Frankfurt statt.

AUSBILDUNG

Hessens beste Azubis aus dem IHK-Bezirk Frankfurt

Foto: Goetzke Photographie



In den bundesweit einheitlichen IHK-Prüfungen gehören 20 Auszubildende aus dem IHK-Bezirk Frankfurt zu den 94 besten Azubis in Hessen. Dies sind: Lukas Drexelius, Automobilkaufmann, BMW Niederlassung Frankfurt; Achraf Gara Ali, Elektroniker für Geräte und Systeme, ZES Zimmer Electronic Systems; Michael Franke, Fachinformatiker, Bahn-BKK; Raquel Winter, Fachkraft für Lebensmitteltechnik, Wilhelm Brandenburg; Emanuela Giliberto, Fachfrau für Systemgastronomie, Gate Gourmet; Nina Larisch, Bernhard Schönauer, Lucjan Skozowski, Fluggerätelektroniker, Lufthansa Technik; Corinna Widmann, Hotelfachfrau, Maritim Hotelgesellschaft; Annika Gabelmann, Immobilienkauffrau, ABG Frankfurt Holding; Lena Marietta Sobeck, Kauffrau für Marketingkommunikation, Huth und Wenzel Werbeagentur; Florian Deis, Kaufmann für Versicherungen und Finanzen, Alte Leipziger Lebensversicherung; Sonja Fay, Kauffrau für Verkehrsservice, Stadtwerke Verkehrsgesellschaft; Sabrina Riener, Konstruktionsmechanikerin, Mainova; Adriana Meier, Luftverkehrskauffrau, Deutsche Lufthansa; Laura Monaco Lorente, Mediengestalterin Digital und Print, Syzygy Deutschland; Joanna Maria Grimm, Personaldienstleistungskauffrau, Jobag Industrial Service; Florian Wurm, Produktionsfachkraft Chemie, Ferro; Gabriel Nico Hackenjos, Sport- und Fitnesskaufmann, FSV Frankfurt 1899; Charlotte Miriam Gemblar, Tourismuskaufräufrau, GBT Deutschland.

EHRENAMT



Hans-Peter Kratz

Am 2. März feierte Hans-Peter Kratz, seit 1987 Inhaber eines eigenen Taxibetriebs, seinen 65. Geburtstag. Er ist Vorsitzender der Taxi-Vereinigung Frankfurt und des hessischen Landesverbandes für Personenbeförderung. Zudem bildet er angehende Taxi-Unternehmer für die IHK-Prüfung aus und verlegt das Fachmagazin Taxi-Journal. Kratz engagiert sich ehrenamtlich in der Vollversammlung und im Verkehrsausschuss der IHK Frankfurt.



Horst Platz

Am 13. März feierte Horst Platz, Inhaber Horst Platz Elektro-Industrievertretungen, Friedrichsdorf, und Träger des Bundesverdienstkreuzes am Bande, seinen 85. Geburtstag. Von 1993 bis 2019 war er Mitglied der IHK-Vollversammlung und 1995 bis 2014 Vizepräsident der IHK Frankfurt. Horst Platz gehört heute noch dem Ausschuss Hochtaunus / Main-Taunus an, den er über drei Wahlperioden hinweg auch als Vorsitzender leitete.



Prof. Tom Reinhold

Am 22. März feierte Prof. Tom Reinhold, Geschäftsführer der städtischen Frankfurter Nahverkehrsgesellschaft Traffiq, seinen 55. Geburtstag. Der Ingenieur führt die lokale Nahverkehrsorganisation seit 2018 und ist Mitglied im Verkehrsausschuss der Industrie- und Handelskammer Frankfurt. An der Hochschule RheinMain in Wiesbaden unterrichtet Reinhold Organisation und Finanzierung des öffentlichen Verkehrs.



Kai-Uwe Tebbe

Kai-Uwe Tebbe, Vice President Marktkommunikation und Positionierung, Infraser Logistics, Frankfurt, feierte am 7. März seinen 60. Geburtstag. Ehrenamtlich engagiert er sich im Verkehrsausschuss der IHK Frankfurt, als Mitglied im Hauptausschuss Logistik und Verkehr, im Nachhaltigkeitsboard des VCI sowie im Regionalverband Frankfurt des Advisory Board der Interregional Alliance for the Rhine-Alpine Corridor.

HAUPTAMT



Dr. Thomas Steigleder

Dr. Thomas Steigleder ist seit 1. Februar 2023 Geschäftsführer des Geschäftsfeldes Innovation und Umwelt der IHK Frankfurt. Er folgt auf Detlev Osterloh, der sich Ende Januar in den Ruhestand verabschiedet hat. Steigleder begann seine Tätigkeit in der IHK Frankfurt im Juni 2001 als Referent und war in den vergangenen Jahren stellvertretender Leiter des Geschäftsfeldes Innovation und Umwelt.

„Ich zeig dir, was ich lerne“

Derzeit sind 150 Azubis als Ausbildungsbotschafter im IHK-Bezirk Frankfurt aktiv. Mit ihrem ehrenamtlichen Einsatz geben sie authentische Einblicke in die duale Berufsausbildung und unterstützen Schüler bei der Berufswahl.

Mit der Frage, wie es nach dem Abschluss der schulischen Laufbahn weitergehen soll, sehen sich früher oder später alle Schüler konfrontiert. Vielen jungen Menschen fällt die Antwort schwer, stehen doch über 320 anerkannte Ausbildungsberufe und knapp 21 000 Studiengänge zur Auswahl. Gerade im Bereich der dualen Berufsausbildung ist vielen Schülern oft nicht bewusst, welche Tätigkeiten und Möglichkeiten sich hinter den Berufsbezeichnungen verbergen.

Kontakt auf Augenhöhe

An dieser Stelle setzt das Projekt Ausbildungsbotschafter an: Unter dem Motto „Ich zeig dir, was ich lerne“ bringt es Schüler mit Experten der dualen Ausbildung, den Auszubildenden, zusammen. Infos und Erfahrungen aus erster Hand sowie niederschwellige Kontaktmöglichkeiten zu Personen, mit denen auf Augenhöhe kommuniziert werden kann, sind die Kernelemente der Einsätze der Botschafter. Begleitet und organisiert werden die Schulbesuche stets von den Projektkoordinatoren. Durch den Kontakt zu aktuellen Auszubildenden, den Erläuterungen zu deren eigenem Bil-



Foto: Picture Alliance / Rupert Oberhäuser



„Schüler wollen wissen, was sie beruflich weiterbringt.“

Daniel Boos, Ausbildungsbotschafter und Auszubildender, Fachinformatiker Fachrichtung Systemintegration, DB System

dungsweg sowie den Informationen zu dem, was sich hinter einer abstrakten Berufsbezeichnung verbirgt, erweitert sich das Berufswahlspektrum der Schü-

ler und sie werden zur eigenständigen, realistischen Einschätzung der weiteren Berufswahl befähigt.



„Ich möchte aufzeigen, dass eine Ausbildung der richtige Weg sein kann – auch dann, wenn man Abitur gemacht hat.“

Angela Schmidt, Ausbildungsbotschafterin und Auszubildende, Bauzeichnerin (Ingenieurbau), Sweco

Insbesondere der geringe Altersunterschied zu den Schülern sowie die Tatsache, dass viele der Ausbildungsbotschafter vor nicht allzu langer Zeit vor den gleichen Hürden bei der Entscheidung für den weiteren Lebensweg standen, machen ihren lebensnahen Bericht in den Schulen so wertvoll. Sie kennen die Le-

bensrealität der Jugendlichen und können in der Sprache der aktuellen Generation das transportieren, was die Ausbildung als wertvolle Alternative zum weiteren Schulbesuch interessant beziehungsweise die berufliche Bildung im Vergleich zur akademischen Bildung attraktiv macht.

Soft Skills ausbauen und stärken

Doch nicht nur die Schüler können im Rahmen des Projekts von den Azubis lernen, auch die Auszubildenden selbst erwerben durch die obligatorische Schulung, welche sie im Vorfeld auf ihre Einsätze vorbereitet, zentrale Schlüsselqualifikationen. Neben der Ausarbeitung und



„Gerade introvertierte Auszubildende wachsen oftmals über sich hinaus, wenn sie durch die Schulungen ihre eigenen Stärken erkannt haben.“

Lisa Gatzsche, Projektkoordinatorin Ausbildungsbotschafter, Gesellschaft für Jugendbeschäftigung

bringt: Die Ausbildungsbotschafter berichten nicht losgelöst vom Gegenstand „Ausbildung“, sondern berichten stets am Beispiel des Ausbildungsbetriebs von ihren Erfahrungen. So werden die attraktiven Möglichkeiten und die Vorteile der Ausbildung in einem konkreten Betrieb zum Unique Selling Point, welcher von den Botschaftern direkt an die Zielgrup-



„Für Unternehmen sind Ausbildungsbotschafter die bestmögliche Recruitingstrategie, denn sie kommen direkt an die Zielgruppe heran.“

Nadine Stauch, Projektkoordinatorin Ausbildungsbotschafter, Kreishandwerkerschaft Main- und Hochtaunus

praktischen Erprobungen der eigenen Präsentation für den Schuleinsatz steht explizit der Erwerb von Kommunikations- und Präsentationstechniken sowie die Auseinandersetzung mit Rhetorik und der zielgruppengerechten Anpassung von Inhalten im Fokus. Diese Fähigkeiten nützen den Ausbildungsbotschaftern bei ihren Schuleinsätzen, sind jedoch auch langfristig im beruflichen Kontext von großer Bedeutung und ermöglichen die persönliche Entwicklung der Teilnehmenden über die Dauer des Projekts hinaus.

Botschafter für den Ausbildungsbetrieb

Ein weiterer positiver Aspekt, den das Projekt gerade für Unternehmen mit sich

pe herangetragen wird. Bei den Einsätzen im vergangenen Projektjahr erreichten die Botschafter über 2600 Schüler der Vorabgangsklassen und Abgangsklassen in verschiedenen Schulen der Stadt Frankfurt sowie der Landkreise Main-Taunus und Hochtaunus.

Durch authentische Einblicke in die duale Berufsausbildung tragen die Ausbildungsbotschafter somit nicht nur maßgeblich zur beruflichen Orientierung bei, sondern unterstützen bei der Gewinnung engagierter junger Menschen für den Ausbildungsmarkt des Wirtschaftsstandorts FrankfurtRheinMain und zeigen dabei die Vielfältigkeit der Ausbildungsmöglichkeiten in den Betrieben der Metropolregion auf.




„Mein Ziel ist es, mehr junge Leute auf die vielfältigen Möglichkeiten der Ausbildung aufmerksam zu machen.“

Kimberly Fischer, Ausbildungsbotschafterin und Auszubildende, Kauffrau im Einzelhandel, Netto Marken-Discount



IHK ONLINE

Möchten Sie Ihre Azubis auch zu Ausbildungsbotschaftern machen? Hier finden Sie weiterführende Infos und Kontakte:

www.frankfurt-main.ihk.de
 **Ausbildungsbotschafter**



DER AUTOR



Jannik Till Hautz

Ausbildungsberater, Aus- und Weiterbildung, IHK Frankfurt

j.hautz@frankfurt-main.ihk.de

IHK-Bildungszentrum

Nähere Informationen zu den nachfolgenden Bildungsangeboten erhalten Sie unter der Rufnummer 069/21 97 + Durchwahl sowie unter www.frankfurt-main.ihk.de/ihk-bildungszentrum

IHK-SEMINARE

Controlling II – mit Controlling steuern 28., 29. April, 5. und 6. Mai 2023 / 24 UE	595 Euro Telefon -14 15
Stressmanagement 4./5. Mai 2023 / 16 UE / 2-Tages-Seminar	495 Euro Telefon -12 32
Der Weg in die Selbstständigkeit ab 9. Mai 2023 / 20 UE / 5-Abende-Seminar	165 Euro Telefon -14 15
Erfolgreicher Verkauf 10./11. Mai 2023 / 16 UE / 2-Tages-Seminar	495 Euro Telefon -12 32
Buchführung und Jahresabrechnung in der WEG 11./12. Mai 2023 / 16 UE / 2-Tages-Seminar	545 Euro Telefon -12 99
Technisches 1x1 für Bauherren 15. Mai 2023 / 8 UE / 1-Tages-Seminar	295 Euro Telefon -12 99
Online-Weiterbildung für Immobilienmakler/-innen ab 22. Mai 2023 / ca. 80 UE / ca. 1 Monat	999 Euro Telefon -12 99
Situatives Führen mit Ziel und Methode 22./23. Mai 2023 / 16 UE / 2-Tages-Seminar	495 Euro Telefon -12 06
Betreiberverantwortung in der Immobilienbewirtschaftung 25./26. Mai 2023 / 16 UE / 2-Tages-Seminar	545 Euro Telefon -12 99
Grundlagen der Bautechnik 5./6. Juni 2023 / 16 UE / 2-Tages-Seminar	545 Euro Telefon -12 99
Projektmanagement 14./15. Juni 2023 / 16 UE / 2-Tages-Seminar	545 Euro Telefon -12 32
Moderations- und Präsentationstechniken 19./20. Juni 2023 / 16 UE / 2-Tages-Seminar	495 Euro Telefon -14 15

BERUFSBEGLEITENDE ZERTIFIKATSLEHRGÄNGE

Umsatzsteuerrecht (IHK) ab 24. April 2023 / 62 UE / ca. 3 Monate	695 Euro Telefon -14 15
Projektleiter/-in (IHK) ab 26. April 2023 / 80 UE / ca. 2 Monate	1 595 Euro Telefon -12 32
Buchführung III – nationaler und internationaler Jahresabschluss (IHK) ab 31. Mai 2023 / 148 UE / ca. 9 Monate	1 095 Euro Telefon -12 95
Grundlagen des Steuerrechts (IHK) ab 18. September 2023 / 58 UE / ca. 3 Monate	695 Euro Telefon -14 15

BERUFSBEGLEITENDE LEHRGÄNGE MIT IHK-PRÜFUNG

Zertifizierter Verwalter (§ 26a WEG) – Onlinevariante ab 2. Mai 2023 / ca. 70 UE / ca. 6 Monate	1 200 Euro Telefon -12 99
Zertifizierter Verwalter (§ 26a WEG) – E-Learnings Beginn jederzeit möglich / ca. 30 UE / ca. 6 Monate	490 Euro Telefon -12 99
Ausbilderlehrgang (berufsbegleitend) ab 2. Mai 2023 / ca. 80 UE / ca. 2 Monate	625 Euro Telefon -12 99
Ausbilderlehrgang (online) ab 1. Juni 2023 / ca. 64 UE	575 Euro Telefon -18 18
Geprüfte/-r Bilanzbuchhalter/-in / Bachelor Professional in Bilanzbuchhaltung ab 29. August 2023 / ca. 820 UE / ca. 2 Jahre	4 395 Euro Telefon -14 15



Preise zuzüglich Prüfungsgebühr nach der jeweilig gültigen Gebührenordnung. Lehrgänge, die auf IHK-Prüfungen vorbereiten, werden auch von verschiedenen privaten Anbietern durchgeführt. Anschriften solcher Anbieter können im Internet über die Seite www.wis.ihk.de/ihk-pruefungen/anbieterliste abgerufen oder bei der IHK Frankfurt telefonisch unter 069/21 97-12 32 erfragt werden.

Änderungen vorbehalten.

Hohe Hebesätze belasten Standort

Die aktuelle Gewerbesteuerumfrage der IHK Frankfurt dokumentiert, dass die Kommunen im IHK-Bezirk von einer Senkung der Gewerbesteuer-Hebesätze weit entfernt sind.

Im IHK-Bezirk Frankfurt verzeichnen zwei Kommunen eine Erhöhung der Hebesätze der Gewerbesteuer sowie der Grundsteuer A. Drei Kommunen heben die Grundsteuer B deutlich an. Dies ist ein Ergebnis der aktuellen Gewerbesteuerumfrage der IHK Frankfurt. Bei der Gewerbesteuer wird es für die Unternehmen in Friedrichsdorf (400 Prozent) und Steinbach (395 Prozent) teurer. Während Steinbach 15 Prozentpunkte anhebt, sind es in Friedrichsdorf sogar 43 Prozentpunkte.

Gewerbesteuerhebesätze

Damit schließen Steinbach und Friedrichsdorf im Feld der Spitzenreiter bei der Gewerbesteuer im IHK-Bezirk auf. Nach Frankfurt (460 Prozent), Oberursel mit (410 Prozent), Friedrichsdorf (400 Prozent) folgen Steinbach und Flörsheim (jeweils 395 Prozent) sowie Wehrheim (388 Prozent). In Eschborn ist der Satz mit 330 Prozent wie in der Vergangenheit am niedrigsten. In den vergangenen Jahren hat sich die Steuerbelastung der Unternehmen im IHK-Bezirk Frankfurt (Stadt Frankfurt, Landkreis Hochtaunus und Main-Taunus) deutlich erhöht. Der durchschnittliche Gewerbesteuerhebesatz im IHK-Bezirk ist seit 2010 von 314 Prozent auf 375 Prozent in 2023 angestiegen.

Grundsteuer A und B

Steinbach ist eine von zwei Kommunen, die neben der Gewerbesteuer auch die Grundsteuer A und die Grundsteuer B

erhöhen. Der Hebesatz wächst bei der Grundsteuer von bisher 700 auf jeweils 900 Prozent. In Friedrichsdorf steigen Grundsteuer A und B auf 595 Prozent. Oberursel erhöht erneut die Grundsteuer B auf nunmehr 947 Prozent und festigt damit seine Position als Spitzenreiter. Am niedrigsten ist der Satz auch hier in Eschborn mit 140 Prozent. Die Grundsteuer B, die für alle Grundstücke mit Ausnahme der land- und forstwirtschaftlichen Flächen erhoben wird, belastet neben Unternehmen auch Hauseigentümer und Mieter.

„Mit den Erhöhungen bei der Grundsteuer tragen die Kommunen zu einer weiteren Kostensteigerung auf dem Mietmarkt, insbesondere auch auf dem Mietwohnungsmarkt bei“, sagt IHK-Präsident Ulrich Caspar. Für Unternehmen bedeute dies einen gravierenden Standortnachteil im Wettbewerb um dringend benötigte Fachkräfte, mahnt er. Wie bereits in den vergangenen Jahren begründen die Kommunen die Erhöhungen beziehungsweise die zum Teil sehr hohen Hebesätze überwiegend damit, dass sie für einen ausgeglichenen Haushalt und damit eine Stärkung der Selbstverwaltung notwendig seien.

Potenziale zur Steuersenkung nutzen

Keine der 25 Kommunen im IHK-Bezirk plant für 2023 eine Senkung des Gewerbesteuer- beziehungsweise Grundsteuer-Hebesatzes. Dabei wäre gerade dies ein deutliches Zeichen an die

Unternehmen. Denn hohe Hebesätze verschlechtern die Standortbedingungen in den betreffenden Kommunen, behindern Unternehmensansiedlungen und begünstigen Abwanderungen. Damit wäre den Kommunen letztlich auch nicht gedient. Seit Jahren fordert die IHK Frankfurt daher, Steuersenkungspotenziale konsequenter zu nutzen, um so die Unternehmen im IHK-Bezirk nachhaltig zu entlasten.



IHK ONLINE

Einen Überblick über alle Gewerbesteuerhebesätze der Kommunen im IHK-Bezirk Frankfurt finden Sie unter:



DIE AUTORIN



Natascha Steigleder

Sachbearbeiterin, Recht und Steuern,
IHK Frankfurt
n.steigleder@frankfurt-main.ihk.de

HANDELSRICHTER

Der Präsident des Landgerichts Frankfurt am Main hat auf gutachterlichen Vorschlag der IHK **Dietmar Vogelsang** ab 16. Januar 2023, **Peter Forster** ab 28. Januar 2023, **Jens Martin Jüttner** ab 19. Februar 2023, **Florian Carsten Groß** ab 22. Februar 2023, **Martin Henrich** ab 22. Februar 2023 für fünf Jahre zum Handelsrichter bei dem Landgericht Frankfurt am Main ernannt. Die Entscheidungen der Kammern für Handelssachen ergehen in aller Regel schnell und praxisnah, da sich der juristische Sachverstand des Vorsitzenden Richters und die kaufmännischen Erfahrungen der Handelsrichter in wirtschaftlichen Streitigkeiten ergänzen.

KG, OHG, GbR: neue Regularien beachten

Rechtzeitig sollten sich bestehende Gesellschaften bürgerlichen Rechts (GbR) sowie Kommanditgesellschaften (KG) und offene Handelsgesellschaften (OHG) mit den neuen Regularien im Bürgerlichen Gesetzbuch sowie im Handelsgesetzbuch ab 2024 befassen. Der Hintergrund: Das Gesetz zur Modernisierung des Personengesellschaftsrechts ändert sich zum 1. Januar 2024. Es empfiehlt sich, bestehende Satzungen auf etwaigen Änderungs- beziehungsweise Anpassungsbedarf hin zu prüfen. Manche der bestehenden

rechtsfähigen GbR werden sich ab 2024 in dem neuen Gesellschaftsregister am Amtsgericht registrieren lassen – zum Beispiel, wenn sie selbst Gesellschafter in einer Personengesellschaft oder in einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) sind. Andere GbR können sich in das Gesellschaftsregister eintragen lassen – vor einer solchen Eintragung sollten sie sich jedoch mit den damit verbundenen Folgen und Pflichten auseinandersetzen. Download des Gesetzestexts:



STEUERFÄLLIGKEITEN

Staatssteuern


Umsatzsteuer-/Mehrwertsteuer-Vorauszahlungen

Umsatzsteuer-/Mehrwertsteuer-Vorauszahlung der Monatszahler werden am 11. April für den Monat März 2023 und am 10. Mai für den Monat April 2023 fällig. Monatszahler ist jeder Unternehmer, dessen Umsatzsteuer im Kalenderjahr 2022 mehr als 7 500 Euro betragen hat.

Am 11. April: Die Umsatzsteuer-/Mehrwertsteuer-Vorauszahlungen für das erste Quartal 2023 der Vierteljahreszahler, wenn die Umsatzsteuer im Kalenderjahr 2022 nicht mehr als 7 500 Euro betragen hat. Hat die Umsatzsteuer im Kalenderjahr 2022 nicht mehr als 1 000 Euro betragen, kann das Finanzamt den Unternehmer von der Verpflichtung zur

Abgabe der Voranmeldungen und Entrichtung der Vorauszahlungen befreien.

Sonderregelung für Existenzgründer

Für Existenzgründer gilt eine bis 31. Dezember 2026 befristete Sonderregelung. Umsatzsteuer-Voranmeldungen sind in den ersten beiden Jahren nach Gründung grundsätzlich nur vierteljährlich abzugeben. www.frankfurt-main.ihk.de  Buchführung und Steuern für Existenzgründer

Lohn- und Kirchensteuer

Am 11. April für im März 2023 und am 10. Mai für im April 2023 einbehaltene Lohn-/Kirchensteuer sowie einbehaltener Solidaritätszuschlag, wenn die für das Kalenderjahr 2022 abzuführende Lohnsteuer mehr als 5 000 Euro betragen hat.

Am 11. April: Für das erste Quartal 2023 einbehaltene Lohn- und Kirchensteuer sowie einbehaltener Solidaritätszuschlag, wenn die für das Kalenderjahr 2022 abzuführende Lohnsteuer mehr als 1 080 Euro, aber nicht mehr als 5 000 Euro betragen hat.

Bauabzugsteuer

Am 11. April für im März 2023 und am 10. Mai für im April 2023 einbehaltene Bauabzugsteuer; Abführung an das für den beauftragten Bauunternehmer zuständige Finanzamt. www.finanzamt.de

Kommunale Steuern

Gewerbesteuer- und Grundsteuer-Vorauszahlungen

Am 15. Mai werden die Gewerbesteuer- und die Grundsteuer-Vorauszahlungen fällig.

Amtliches Handbuch zur Grundsteuer

Die Reform der Grundsteuer und der Bewertung von Grundbesitz stellt diesen Steuerbereich auf vollständig neue Grundlagen. Das Bundesfinanzministerium hat deshalb alle wesentlichen Informationen zum Thema in einem neuen Handbuch zusammengestellt. Download unter:



Mit einer Anzeige im **IHK WirtschaftsForum** erreichen Sie über 67.800 Entscheider in der Region FrankfurtRheinMain.

Wir beraten Sie gerne:
0 69 / 42 09 03-75
zarbock.de/ihk-wirtschaftsforum

V E R L A G S

Thema

4/5
2023

Veranstaltungen

7 Tipps: So organisieren Sie Ihre Veranstaltung nachhaltig

Damit kleine oder größere Veranstaltungen auch in punkto Nachhaltigkeit ein Erfolg werden, können Organisatoren einiges tun. Hier 7 Tipps, wie Ihr Event klimafreundlich und ökologisch sinnvoll über die Bühne geht.



Tipp 1: Virtuelle Alternativen prüfen

Nicht jede Veranstaltung muss heute vor Ort durchgeführt werden. Virtuelle oder zumindest hybride Alternativen sind häufig möglich. Dadurch senken Sie die CO₂-Belastung, die bei der Anreise zum Veranstaltungsort entsteht. Natürlich muss diese Variante zur Art des Events passen. Bei einer sehr hohen Teilnehmerzahl ist eine virtuelle Veranstaltung meist nicht besonders sinnvoll und auch kaum praktikabel. Bei kleineren Meetings, die vornehmlich dem Informationsaustausch dienen, können Sie aber prüfen, ob wirklich alle Teilnehmer vor Ort sein müssen.



Tipp 2: Umweltfreundliche Anreise ermöglichen

„Die Hauptbelastung der Umwelt wird bei Veranstaltungen in der Regel durch die An- und Abreise der Teilnehmenden verursacht. Hinzu kommen Umweltbelastungen durch Fahrten vor Ort“, heißt es in einem Leitfaden des Bundesumweltministeriums. Bei Veranstaltungen, die nicht virtuell durchgeführt werden können, lassen sich diese Belastungen reduzieren, indem Sie einen Veranstaltungsort mit guter Nahverkehrsanbindung wählen. Dies kann durch einen Shuttle-Service mit E-Fahrzeugen ergänzt werden. Die Bereitstellung von Fahrrädern vor Ort senkt ebenfalls CO₂-Emissionen.



Tipp 3: Die richtige Location auswählen

Bei der Auswahl von Event-Location und Hotel bieten Nachhaltigkeitszertifizierungen wie die EMAS-Registrierung der Industrie- und Handelskammern oder das Europäische Umweltzeichen gute Anhaltspunkte. Gastronomische Betriebe und Anbieter von Konferenzgebäuden müssen regelmäßig die Einhaltung von Umweltkriterien nachweisen, um diese Zertifikate zu erhalten.



Tipp 4: Papier und Abfälle

Recyclingpapier für Flyer, Plakate, Broschüren oder Veranstaltungsunterlagen schont die Umwelt und kann mittlerweile auch in punkto Qualität überzeugen.

Ein klimaneutraler Druck kann heute von vielen Druckdienstleistern angeboten werden. Hier einfach mal nachfragen und ein entsprechendes Angebot einholen.

Am Veranstaltungsort können Sie Möglichkeiten zu Mülltrennung schaffen und – durch den Gebrauch von Mehrwegverpackungen – dafür sorgen, dass Abfälle gar nicht erst entstehen.



Tipp 5: Energieverbrauch möglichst niedrig halten

Schon mit einfachen Maßnahmen lässt sich viel Energie einsparen. Das Umweltministerium empfiehlt, Räume nicht über 20 Grad zu beheizen oder im Sommer nicht mehr als sechs Grad unter der Außentemperatur zu kühlen. Achten Sie außerdem darauf, dass der Strom am Veranstaltungsort aus erneuerbaren Energien kommt und bei der Beleuchtung LED-Leuchten verwendet werden. Viele Veranstalter und Hotels nutzen diese nachhaltigen Techniken bereits.



Tipp 6: Catering regional und saisonal ausrichten

Wer Speisen und Getränke von regionalen Anbietern bezieht und saisonale Produkte auswählt, vermeidet lange Lieferwege und schont damit die Umwelt. Mehrwegbesteck und -geschirr hilft, Abfälle zu reduzieren. Darüber hinaus können Sie prüfen, ob Sie lokale Organisation mit eventuell anfallenden Lebensmittelresten für bedürftige Menschen unterstützen können (zum Beispiel die örtliche Tafel).



Tipp 7: Spenden statt schenken

Give-aways und Gastgeschenke verursachen zusätzlichen Abfall und – seien wir ehrlich – werden meist nicht besonders lange genutzt. Unter Nachhaltigkeitsaspekten sollte auf Geschenke am besten verzichtet werden. Stattdessen kann das ansonsten dafür verwendete Geld als Spende an seriöse Umwelt- oder Hilfsorganisationen gehen – worauf Sie Ihre Gäste in angemessener Form auch ruhig aufmerksam machen können.

Weitere ausführliche Informationen finden sich im bereits zitierten Leitfaden des Bundesumweltministeriums unter <https://www.bmu.de/publikation/leitfaden-fuer-die-nachhaltige-organisation-von-veranstaltungen/>. Auch eine nützliche Checkliste können Sie dort kostenlos herunterladen.

Messe Frankfurt 11.5.2023



DFEC

Ein Event Acht Branchen Beispielloser Überblick

Erleben Sie auf einer kompakten Präsenzveranstaltung rund um die Digitalisierung für den Mittelstand sowie größere Unternehmen am 11. Mai in der Messe Frankfurt digitale Best Practice-Lösungen und -Masterclasses für die größten deutschen Wirtschaftsbranchen.

Das Format bietet in diesem Jahr interessierten BesucherInnen entsprechende branchenorientierte Technologien, Trends, Impulse, Strategien und Anbieter für die eigene geschäftliche Transformation sowie Prozessoptimierung.

Dazu viel Gelegenheit für persönliches Networking vor Ort, ein Wiedersehen mit Branchen-KollegInnen und zum Kennenlernen neuer, spannender Kontakte.

Vortrags-Bühnen:

ChemPham

Industry

ImmoBau

Logistics

Finance

Trade

Gast

Health

In Kooperation mit



www.digital-futurecongress.de

Keynotes



Guido Reinking
CEO

Dr. Ilka May
CEO

Richard Walitza
Director Business Development Digital

Dr. Dominik Krimpmann
Managing Director

Alexandra Stefanov
CEO

Miguel Rodriguez
Chief Revenue Officer



Ihr FREE Ticket Code
(für eine Tageskarte im Wert von 69 EURO)

DFCFFM



Direkt zur Ticketbuchung

Bibbern mit den Kollegen: Teambuilding bei -110°C



Möglichkeiten, den Zusammenhalt in der Belegschaft zu fördern, gibt es viele. Eine ungewöhnliche Variante: gemeinsam in die Kältekammer.

Profisportler tun's, Patienten mit chronischen Entzündungen tun's – und immer häufiger spendieren auch Unternehmen ihren Beschäftigten einen Gang in die Extremkältekammer. Stichwort Teambuilding: Gemeinsames Bibbern bei -110°C stärkt den Teamgeist, ist gesund und macht sogar Spaß. Die größte Kältekammer Deutschlands befindet sich im Rhein-Main-Gebiet, genauer gesagt in Frankfurt.

Kälte als Therapie – das gibt es schon lange „Doctorfrost“ im Zentrum der Main-Metropole bietet in mehreren Kammern Platz für bis zu acht Personen. Mannschaften,

Gruppen, Kolleginnen und Kollegen können hier gemeinsam die Vorzüge einer Kältebehandlung (auch: Kryotherapie) nutzen. Zwischen zwei und knapp fünf Minuten wird der Körper Temperaturen zwischen -85 und -110°C ausgesetzt. Doch warum, um Himmels willen, sollte man sich so etwas antun?

Kälte wird schon lange zu therapeutischen Zwecken eingesetzt – man denke nur an Kältekompressen oder Kühlsprays nach Unfällen und Sportverletzungen. Die Kältetherapie wirkt dagegen auf den gesamten Körper. Laut Experten der Kurpark-Klinik Bad Nauheim, die ebenfalls Kryotherapien anbietet, hilft sie unter anderem bei entzündlichen Erkrankungen, chronischen Schmerzen, Neurodermitis, Sehnenenerkrankungen, Arthrose, niedrigem Blutdruck und Depressionen.

Gemeinsames Extrem-Erlebnis schweißt zusammen Als Maßnahme zum Teambuilding kommt die Kältekammer in jüngster Zeit ebenfalls immer häufiger zum Zuge. Ein gemeinsames Extrem-Erlebnis schweißt zusammen – auch wenn es nur einige Minuten lang dauert. In leichter (Unter-)Bekleidung und einer Atemmaske zum Schutz der Lunge setzen sich Kollegen und Kolleginnen Temperaturen aus, wie sie in der Natur nicht vorkommen. Der Effekt laut „Doctorfrost“: „Kälte stimuliert das Immunsystem, macht fit für Sport und Alltag, sorgt für gute Laune und lässt besser schlafen.“

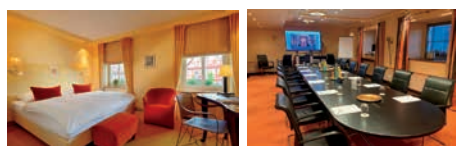
Bibbern im Kollegenkreis – vielleicht auch etwas für Ihre nächste Teambuilding-Aktion?



DIE SONNE FRANKENBERG
Eine kleine Welt für sich.

Raus aus der Stadt - nachhaltig Tagen

Nur 1,5 Stunden von Frankfurt entfernt im Grünen gelegen finden Sie 2 einzigartige Locations für Ihre nächste Veranstaltung. Die Sonne Frankenberg mit 62 Zimmern, einem Tagungsraum für exklusive Meetings, 2 Restaurants (inkl. Sternrestaurant) und kostenfreie Parkplätze im Herzen der Altstadt Frankenburgs sowie das Landgut Walkemühle mit seinem historischen Mühlengebäude, dem Hofgarten sowie der Festscheune für bis zu 150 Personen. Sie wollen mehr erfahren, dann schreiben Sie uns mit dem Stichwort: "Rhein/Main" an verkauf@sonne-franken-berg.de. Wir vereinbaren einen Termin bei Ihnen oder direkt in einer unserer Locations und halten für Ihre Buchung ein kleines Benefit für Sie bereit.



Landgut Walkemühle
Restaurant, Hofgarten, Festscheune



Das Haus der Begegnung in Königstein

Die Veranstaltungsllocation im Taunus

Direkt vor den Toren Frankfurts, in den bewaldeten Ausläufern des Hochtaunus, liegt Königstein. Der Heilklimatische Kurort zeichnet sich aus durch reine, frische Luft sowie mildes, fast mediterranes und doch variantenreiches Klima. Selbst an heißen Tagen sorgen erfrischende Brisen von „der Höhe“ für Erholung.

Hier finden Sie mit dem Haus der Begegnung eine außergewöhnliche und für Nachhaltigkeit ausgezeichnete Veranstaltungsllocation, mit dem besonderen, unverwechselbaren Charme der Fünfzigerjahre. Ob Firmenevents, Road-Show´s, Seminare, Tagungen oder Ausstellungen – das Haus bietet Platz für bis zu 500 Gäste und stellt mit seinen hellen und modernen Räumlichkeiten den idealen Rahmen für alle, die das Besondere suchen.

Neben dem außergewöhnlichen Ambiente finden Sie hier alles, was ein gelungenes Event braucht:

- eine zentrale Lage mit guter Verkehrsanbindung
- erfahrenes Personal für die Planung und Durchführung
- modernste Technik

Die „Grüne Lage“ bietet sich zudem für veranstaltungsbegleitende Rahmenprogramme wie Team-Building mit geführten Heilklimawanderungen, historischen Stadtführungen oder Events auf der Burg an.

Königstein beeindruckt nicht nur mit der bevorzugten Lage – auch mit seinem Wahrzeichen: die Burgruine – der größten unter den Burgen im Vordertaunus. Zu ihren Füßen schmiegt sich die Altstadt mit malerischen Gässchen, historischen Gebäuden und einer beachtlichen Zahl an Restaurants.

Königstein ist immer einen Besuch wert!

www.hdb-koenigstein.de



FREIRAUM für Ihre Ideen

Ob Hybrid- und Streamevent oder klassische Präsenzveranstaltung, das Haus der Begegnung in Königstein fasziniert mit seinem einzigartigen Stil jeden Besucher.

Nutzen Sie den facettenreichen Rahmen unseres Hauses, füllen Sie die Räume mit Ihren Ideen.


KÖNIGSTEIN
Heilklimatischer Kurort im Taunus
Haus der Begegnung

Bischof-Kaller-Straße 3
D-61462 Königstein im Taunus

Tel. +49(0) 6174-3061
info@hdb-koenigstein.de
www.hdb-koenigstein.de



Neuer Konferenzebene für Halle 45

Kongress- und Messelocation auf Wachstumskurs

Seit 2016 empfängt die Halle 45 auf dem Areal der Alten Waggonfabrik bis zu 2.000 Gäste für Tagungen, Kongresse, Messen und Corporate Events.

Gestartet mit einer Location und zwei Räumen, ist das Flächenensemble der Industrielocation seitdem auf vier Locations und 15 Konferenz- und Veranstaltungsräume angewachsen. Heute bieten sich Veranstaltern insgesamt 6.600 qm kreativer Raum für Events jeder Art und Größe. Die multifunktionale Halle 45 mit ihren allein 4.800 qm Grundfläche ist der zentrale Dreh- und Angelpunkt. Die Besonderheit sind die sechs wieder instandgesetzten Laufkrane, die sich in Kombination mit schweren Moltonvorhängen als flexible Raumteiler nutzen lassen. So ist die Halle 45 auf Knopfdruck in bis zu neun Areale teilbar. Mit 13 Metern im Giebel, einem 40 Tonnen Schwerlastboden, modernster Sicherheitstechnik und bis zu 1 Gbit Glasfaser ist sie eine echte Alleskönnerin. Ende 2022 wurde die Halle 45 erneut zur zweitbesten Eventlocation Deutschlands gewählt.

Neue Konferenzebene Lindenberg

Für die Kunden und Agenturen ist der neuste Flächenzuwachs Musik in den Ohren. Seit Mitte März bietet sich direkt angrenzend an die Haupthalle eine 250 qm große Konferenzebene im ersten Obergeschoss. Zur Verfügung stehen zwei abgetrennte Bereiche (75 qm und 175 qm), die sich bei Bedarf in weitere Segmente unterteilen lässt und für Konferenzen, Schulungen oder als Workshop- und Seminarräume genutzt werden. „Wir versuchen immer den Anforderungen unserer Kunden gerecht zu werden und unser Angebot ständig zu erweitern und zu optimieren. Der Ausbau der neuen Konferenzebene ist das aktuellste Beispiel, aber nicht das letzte“, erklärt Dr. Hanns-Christian von Stockhausen, Geschäftsführer der Halle 45 GmbH, „Ab Juni

bieten wir unseren Kunden ein 200 qm großes Messelager und erfüllen damit einen weiteren Wunsch der Operativen.“

Vis-à-vis der Halle 45 liegen das lichtdurchflutete Auktionshaus und nebenan die schallisolierte Turbinenhalle, die 2021 während der Pandemie übernommen und zunächst als Streamingstudio genutzt wurde. Aktuell wird sie zielgerichtet für kleinere und mittlere Tagungen ausgebaut. Beide sind für bis zu 150 Personen geeignet und können zum Beispiel perfekt für Konferenz und Abendevent kombiniert werden. Die vierte Einheit mit rund 700 qm bildet die Motorenhalle mit dem Kesselhaus, das selbst über drei integrierte Workshopräume verfügt. Hinzu kommen rund 1.000 qm Außenbereich mit einer fest installierten Sonnenterrasse. Die Gestaltungsmöglichkeiten der Halle 45 und ihrer Nebenflächen sind vielfältig und flexibel – Alle Hallen und Räume sind auch autark anzumieten.

Gerade erst feierte Bundesverband Breitbandkommunikation e. V. im Rahmen der Digital- und Glasfasermesse fiberdays 23 seine Networking-Night in der Halle 45. Auch sonst ist die Messwelt längst aufmerksam geworden. So macht die Keramika, die internationale Fliesenfachmesse des Hagebau Fachhandels, seit 2018 regelmäßig Halt in Mainz-Mombach. Seit 2021 ist der Medialog des Hamburger AV-Distributors Kern & Stelly mit seiner zweitägigen Hausmesse jährlicher Gast. Im Oktober zieht es das bfp Forum, die B2B-Fachmesse für betriebliche Mobilität von Hannover nach Mainz. In Sachen Erreichbarkeit profitiert die Halle 45 von der Nähe zum Frankfurter Flughafen, dem gut ausgebauten ÖPNV und 250 kostenfreien Parkplätzen, weitere können mit Shuttleoptionen problemlos abgebildet werden.

www.halle45.de

LEUCHTKRAFT

WIR BRINGEN IHR EVENT ZUM STRAHLEN!

IN MANNHEIM. INTERNATIONAL. DIGITAL.



m:con
VISION INTO CONVENTIONS

Weitere ungewöhnliche Events in Ihrer Nähe

Im Rhein-Main-Gebiet gibt es zahlreiche Anbieter von ungewöhnlichen Teambuilding-Aktionen, mit denen Unternehmen Zusammenhalt und Motivation in der Belegschaft fördern können. Die Angebote sind dabei höchst unterschiedlicher Natur. Sie reichen von einem „Offroad-Camp“, bei dem es mit dem Geländewagen auf die Naturpiste geht, bis zum gemeinsamen Anlegen einer nachhaltigen Blühwiese. Ebenfalls beliebt sind sportliche Events wie Nachtbogenschießen oder ein Seifenkistenbau inklusive Wettrennen (alles bei www.hirschfeld.de/teambuilding/frankfurtammain/).

Events rund um Frankfurt sowie in Mainz, Wiesbaden und Darmstadt finden sich etwa bei www.ausblicken.de. Hier sind beispielsweise eine Mittelalter-Challenge im Kloster Eberbach, ein Brückenbau-Projekt oder eine Lama-Expedition im Angebot. Mit den Suchbegriffen „Teambuilding Rhein-Main-Gebiet“ finden Sie bei Google jede Menge weitere Events, mit denen Sie den Teamgeist in Ihrem Unternehmen nach vorn bringen.

J.P. Morgan Corporate Challenge

Am 14. Juni 2023, ab 19 Uhr, mitten in der Frankfurter Innenstadt:
Lauf für engagierte Firmenteams – 5,6 km für Teamgeist und Fairness



5,6 km durch die Frankfurter Innenstadt – gemeinsam mit Zehntausenden von Gleichgesinnten, die sich für das Motto „Jogging gegen Mobbing“ in Bewegung setzen. Eine gute Gelegenheit, mit Kollegen und Kolleginnen eine gute Zeit fern vom Arbeitsplatz zu verbringen und miteinander in freundschaftlichen Wettbewerb zu treten.

Bei der J.P. Morgan Corporate Challenge kommen Unternehmen aus zahlreichen Standorten in ganz Deutschland zusammen, um sich außerhalb der Arbeitszeit zu treffen, Kontakte zu knüpfen und für eine gesunde Arbeitskultur. Und nach dem Lauf: gemeinsam feiern! Die Stadt Frankfurt ermöglicht es, mehrere Parks und Grünflächen als Firmentreffpunkte (Party Points) zu nutzen.

Die Idee für den Firmenlauf, die 1993 von New York nach Deutschland gebracht wurde, war ungewöhnlich. Das damals drittgrößte amerikanische Finanzinstitut lud Mitarbeiter von anderen Firmen zum gemeinsamen Laufen über 5,6 Kilometer ein, organisiert als Mannschaftslauf für Frauen-, Männer- und Mixed-Teams, ohne offizielle Zeitnahme. Mitarbeiter eines Unternehmens sollten einmal etwas anderes tun, als am Schreib-

tisch zu arbeiten oder sich beim Betriebsfest zu treffen. Mit Mühe hat das Organisationsteam damals 527 Starter aus 57 Firmen für den Lauf gewinnen können.

Inzwischen ist der Lauf in Frankfurt am Main mit einer Rekordbeteiligung von Laufbegeisterten, die aus mehr als 250 deutschen Städten von Berlin bis München kommen die größte Veranstaltung der weltweiten JPMCC-Serie. Der Anteil der Frauen liegt bei der bemerkenswerten Quote von rund 30 Prozent.

Für die teilnehmenden Unternehmen geht es bei diesem Lauf erst in zweiter Linie um Sport, wichtiger sind Werte, die von den Unternehmen und ihren Mitarbeitern als erstrebenswert betrachtet werden: Teamgeist, Kommunikation, Kollegialität, Fairness und Gesundheit. J. P. Morgan setzt sich im Rahmen des Corporate Challenge für den Behindertensport in Deutschland ein. Jeder Läufer und jede Läuferin trägt mit 2 Euro vom Startgeld zu der Spende an die Stiftung Deutsche Sporthilfe und die Deutsche Behindertensportjugend bei. J. P. Morgan verdoppelt diese Summe – insgesamt konnten somit mehr als 2 Millionen Euro in die Förderung von Sportprojekten für junge Menschen mit Behinderung im ganzen Land fließen.

Teilnahmeberechtigt sind Beschäftigte von Firmen, Behörden und Finanzinstituten als Teil eines Firmenteams – es werden keine Einzelnträge akzeptiert. Die besten Teams jeder Kategorie werden zur Serien-Meisterschaft eingeladen, um gegen die Champions der anderen Veranstaltungsorte um die Top-Auszeichnungen des Jahres antreten zu können.

www.jpmorganchasecc.com/de/frankfurt

MARKTPLATZ

Business to Business für die Region FrankfurtRheinMain

Ihr direkter Kontakt zum Marktplatz: 0 69/42 09 03-75 oder per E-Mail verlag@zarbock.de

Baum sponsoring

Bäume pflanzen im Taunus
Heimische Wälder schützen
www.travelandtree.com

Immobilien

NEUE PERSPEKTIVEN ERÖFFNEN

Wir bieten kostenfreie, innovative Bewertungskonzepte für Wohnimmobilien durch unsere Dekra-Sachverständigen.

Sie planen eine Immobilie zu verkaufen – nehmen Sie hier in Zeiten variabler und volatiler Entwicklungen die Hilfe von Experten an. Informieren Sie sich über den optimalen Verkaufswert.

adler-immobilien.de
Tel. 069. 955 22 555

ADLER IMMOBILIEN

Immobilien

LANGIMMOBILIEN®
Ihr Zuhause, unsere Aufgabe

VERKAUFSPROFI statt Geheimniskrämer
Ein Secret Sale ist nicht immer sinnvoll: Wir wissen, was Ihr Immo-Verkauf wirklich braucht.

Gerne informieren unsere Experten Sie in einem **unverbindlichen Beratungsgespräch.**

(069) 9200250 | langimmobilien.de

Präsentationsmappen

mappenmeister.de
[GEDRUCKTE QUALITÄT ZU SUPER PREISEN]

Stahlhallenbau

STAHL HALLEN BAU

02651. 96 200
Andre-Michels.de

Anzeigenschluss für die Juni/Juli-Ausgabe:
9. Mai 2023

Sichern Sie sich Ihre Platzierung unter
069/420903-75
verlag@zarbock.de

Steuerberatung

Alexander Sickenberger
Steuerberater
Hausbesuche | Tel. 0 60 21 / 4 88 16

Werbegeschenke

Regionale Firmenpräsentate gesucht?

www.hessische-geschenkideen.de
Tel. 06173/601 0077

Zeiterfassung

Zeiterfassung, Urlaubsworkflow, Betriebsdaten, Projektzeiten, Zutritt.

www.time-info.de - 06151 33 90 97

Starkes Geschäft in Sicht!

Mit einer Anzeige im **IHK WirtschaftsForum** erreichen Sie über 67.800 Entscheider in der Region FrankfurtRheinMain.

Wir beraten Sie gerne:
Armin Schaum, 0 69 / 42 09 03-55
armin.schaum@zarbock.de



ZURÜCKGEBLÄTTERT

Butterbrotzulage für Sonntagsarbeit

Foto: picture alliance / ZB / zbarchiv



Arbeiter verladen Ziegel zum Weitertransport für den Wiederaufbau des zerstörten Berlin (1949).

Lebensmittel waren nach dem Zweiten Weltkrieg knapp und stark rationiert, viele Menschen waren in diesen Hungerjahren unterernährt und geschwächt. Vor 75 Jahren berichten die Mitteilungen der IHK Frankfurt in ihrer Mai-Ausgabe 1948, wie sich Arbeiter in dieser schweren Zeit ein kleines Zubrot verdienen konnten.

Wir weisen nochmals darauf hin, daß der Lebensmittel-Zulage-Ausschuß der Verwaltung für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten des Vereinigten Wirtschaftsgebietes der Gewährung von Butterbrotzulagen für Be- und Entladung von Waggons an Sonn- und Feiertagen zugestimmt hat. Für je 2 Stunden Überarbeit werden gewährt: 100 g Brot, 10 g Butter und 30 g Wurst. Die Höchstzahl der Überstunden ist auf 6 begrenzt.

AUSFLUGSTIPP

Mein Lieblingsort

Von Hendrik Mangold, Vorsitzender,
Rock Arbeitsgemeinschaft, Königstein

Skylineblick inklusive



Königstein im Taunus ist immer einen Besuch wert: eine wunderschöne Altstadt, umgeben von Natur. Besonderes Highlight ist die Burg Königstein, die zu den größten Burgruinen Europas gehört. Hier finden regelmäßig Events statt, wie zum Beispiel das Burgfest, Ritterturniere oder das

Rock-auf-der-Burg-Festival. Eine einmalige Atmosphäre mit Blick über den Taunus und auf die Frankfurter Skyline.

Burgruine Königstein

Öffnungszeiten: 1. April bis 31. Oktober
täglich von 10 bis 19 Uhr
www.koenigstein.de
www.rockaufderburg.de



Foto: Kathi Sterl

Ein Veranstaltungshighlight auf Burg Königstein ist das Rock-Festival. Es findet in diesem Jahr am 12. August statt.



Haben auch Sie einen Ausflugstipp oder einen Lieblingsort in FrankfurtRheinMain, den Sie im IHK WirtschaftsForum vorstellen möchten? Dann schreiben Sie uns unter ausflugstipp@frankfurt-main.ihk.de. Vorschläge für gewerbliche Angebote können nicht berücksichtigt werden. Die Veröffentlichung von Ausflugstipps ist selbstverständlich kostenlos.



IHK

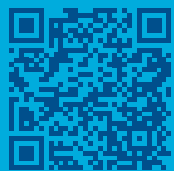
Industrie- und Handelskammer
Frankfurt am Main

**WAS
WIR MAL
WERDEN
WOLLEN:
STOLZ AUF
UNS**

**JETZT
#KÖNNENLERNEN**



**GEMEINSAM
MIT IHREM
BETRIEB!**



**Ausbildung
macht mehr
aus uns**

Unter dem Motto *Jetzt #könnenlernen* startete im März die erste bundesweite Azubi-Kampagne der IHKs – eine echte Mitmachkampagne auch für Ihren Betrieb. Seien Sie dabei und nutzen Sie Botschaften und Motive, die ein neues „Lebensgefühl Ausbildung“ nach außen tragen. Die Werbemittel werden Teil eines Kommunikationspakets speziell für Betriebe sein und können auf Ihren digitalen Kanälen oder direkt bei Ihnen vor Ort platziert werden. Gemeinsam zeigen wir dem ganzen Land und speziell der jungen Generation: **Ausbildung macht mehr aus uns.**

Weitere Informationen finden Sie unter:
www.frankfurt-main.ihk.de/ausbildungsberatung

PROVISIONSFREI



**.landwehr
quartier_**

Wohnen vor den Toren der Mainmetropole Frankfurt am Main: 2- bis 4-Zimmer Neubau-ETWs in Hattersheim

Wohnen im Effizienzhaus 40 mit Nachhaltigkeits-Klasse:
Zinsgünstiges KfW-Darlehen (120.000 €) + einmaliger Tilgungszuschuss (6.000 €)



Wohnflächen von ca. 63 m² bis ca. 126 m² (auch barrierefreie und rollstuhltaugliche Wohnungen erhältlich), TOP-Ausstattung mit Tiefgarage, Aufzug, Parkettfußboden, Fußbodenheizung, elektrische Rollläden, Glasfasertapete, uvm.



+++ Kaufpreise ab 334.900 € +++

Besuchen Sie unser Info-Center inkl. unverbindlicher Finanzierungsberatung:
Immer sonntags von 10.00 bis 12.00 und von 14.00 bis 16.00 Uhr
Neubaugebiet an der „Voltastraße“ – beschildert ab „An der Taunuseisenbahn“

Kostenfreie Infoline 0800 80 70 60 8
www.landwehr-quartier.de/wohnungen



KLEESPIES