

IHK WirtschaftsFORUM

Unternehmermagazin für die Region FrankfurtRheinMain

A 4836 | Jahrgang 142



USA

Gefragter Partner

**40_ Cybersicherheit
ist immer Chefsache**
Sensible Daten schützen

**44_ Neue Plattform
für Start-ups**
Wachstum sichern

**62_ Qualitätsmerkmale
unbedingt beachten**
Made in Germany



vitra.



vitra.



vitra.

Sie planen einen Büroneubau oder die Optimierung Ihrer Büroflächen?
Für Sie ist eine zeitgemäße Gestaltung wichtig, in der sich Ihre Mitarbeiter wohl fühlen?
Sie möchten Ihre Mitarbeiter motivieren?

Verlieren Sie keine Zeit mit der Suche nach dem richtigen Partner!

Wir entwickeln und planen gemeinsam mit Ihnen ein Raumkonzept, das zu Ihren Wünschen passt.

Gestalten Sie mit uns die Zukunft Ihres Unternehmens. Wir richten sie ein. Sprechen Sie uns an.

Kontakt:
kreativ büro gmbh
planung und einrichtung
Joachim Salomon
Albert-Einstein-Straße 34
63322 Rödermark
06074 - 8694 20
info@kreativ-buero-gmbh.de

kreativ büro gmbh
planung und einrichtung





Liebe Leserinnen, liebe Leser!

Rund 60 Prozent ihres Umsatzes erwirtschaftet die Industrie im IHK-Bezirk Frankfurt im Ausland, und auch unser Dienstleistungssektor ist stark international ausgerichtet. Die Zeiten eindrucksvoller Wachstumsraten scheinen vorerst vorbei zu sein. Im vergangenen Jahr hatte vor allem der US-amerikanische Markt den hessischen Export gestützt, allen handelspolitischen Drohkulissen zum Trotz. Für dieses Jahr muss sich erst noch zeigen, in welchen Märkten Wachstum im Export generiert werden kann.

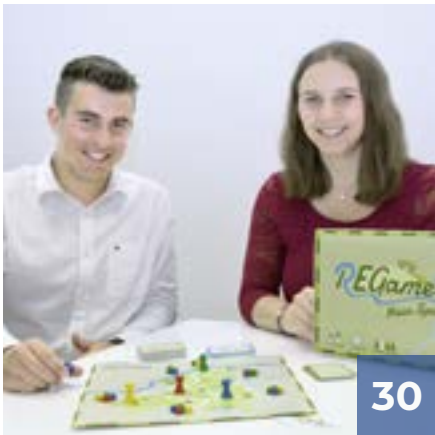
„Werden Sie Teil der sehr aktiven deutsch-amerikanischen Netzwerke“

Sicher ist jedoch, dass die USA ein strategischer Partner für die Frankfurter Wirtschaft sind und bleiben. Hessenweit liegt der Anteil der USA am Gesamtexport bei zwölf Prozent und damit deutlich über dem Bundesdurchschnitt. Frankfurter Unternehmen aus dem Gesundheitsbereich haben stark in den Vereinigten Staaten investiert und generieren dort Wertschöpfung und Arbeitsplätze. Sehr gut verkaufen sich außerdem Mess- und Regelungstechnik, hochwertige Metall-erzeugnisse oder Spezialchemie im US-Markt.

Viele große US-Firmen aus den Sektoren Chemie, Automotive und IT wiederum haben ihre Europazentralen in Frankfurt und der Metropolregion. Gleiches gilt für Anwaltskanzleien, Banken und Finanzdienstleister. Unternehmen, die den US-Markt von hier aus bearbeiten, profitieren somit von sehr aktiven deutsch-amerikanischen Netzwerken und einer starken US Business Community. Werden Sie Teil dieses Netzwerks und nutzen Sie Ihre geschäftlichen Chancen in den USA.

Stefan Messer

Vorsitzender, Außenwirtschaftsausschuss, IHK Frankfurt



30



46



57



07|08_

USA

Gefragter Partner

FrankfurtRheinMain ist wirtschaftlich eng mit den USA verflochten. Die Metropolregion beheimatet über 1000 Niederlassungen amerikanischer Unternehmen. Allein in Frankfurt haben rund 700 US-Firmen ihre Deutschland- oder Eurozentralen.



32



50



36

3_ Vorwort**6_ Kurzmeldungen****Fokusthema USA**

- 10_ An Strahlkraft nichts eingebüßt
- 20_ Münch + Münch: Zwischen Frankfurt und Atlanta
- 22_ SchuF: Nah am Kunden
- 24_ Produkthaftung: Nicht abschrecken lassen
- 26_ Guter Draht nach Philadelphia

Unternehmensreport

- 28_ Ihre Marktnische: Mit Fünzig durchstarten
- 30_ Regames: Unternehmer auf Zeit
- 32_ Lochmühle: Kurzurlaub vor der Haustüre

Unternehmenspraxis

- 36_ Interkulturelle Kompetenz: Das Gesicht wahren
- 38_ Instagram: Digital Hände schütteln
- 40_ Cyber-Sicherheit ist Chefsache

Metropolregion FrankfurtRheinMain

- 44_ Start-up-Pilot: Neue Plattform für Start-ups
- 46_ So bekommen Unternehmen Gigabit
- 49_ Konjunkturumfrage: Einen Gang zurückgeschaltet
- 50_ Logistiklösungen für Städte

Branchen

- 52_ Baugewerbe

Aus- und Weiterbildung

- 54_ Exzellente Ausbilder: Fürs Leben lernen

IHK intern

- 57_ Präsident Ulrich Caspar: Antrittsbesuche im IHK-Bezirk

Recht und Steuern

- 60_ Neue Umsatzsteuerregeln
- 62_ Made in Germany: Qualitätsmerkmale beachten

66_ Zurückgeblättert | Mein Lieblingsort

FINANZPLATZ

EU-Nachhaltigkeitsranking

Foto: Gettyimages / Joos Mind



Die Stiftung Marktwirtschaft veröffentlichte im April eine Studie über die Nachhaltigkeit der öffentlichen Finanzen in Europa. Die Autoren untersuchten dabei, ob die Eigenschaft des ehrbaren Kaufmanns, verantwortungsbewusst und nachhaltig zu handeln, auch auf fiskalischer Ebene zu finden ist. Auf Grundlage der expliziten und impliziten Staatsschulden der EU-Staaten errechneten die Autoren eine Nachhaltigkeitslücke. Die explizite Staatsschuld spiegelt das Ausmaß vergangener Haushaltsdefizite wider, die implizite Staatsschuld die zukünftig zu erwartenden Defizite. Die implizite Staatsschuld wird vor allem durch öffentliche Ausgaben für Renten, Gesundheit und Pflege befeuert. In dem Ranking steht Deutschland auf Platz 14. Kroatien nimmt den ersten Platz ein und Luxemburg bildet das Schlusslicht.



FRANKFURT 2030

Integriertes Stadtentwicklungskonzept

Anfang Juni wurde das Integrierte Stadtentwicklungskonzept der Stadt Frankfurt der Öffentlichkeit vorgestellt. Da es zu einzelnen Projekten unterschiedliche Auffassungen in der Koalition gibt, wurde das Konzept nicht von der Stadtverordnetenversammlung beschlossen, sondern als Arbeitspapier des Planungsdezernates veröffentlicht. Einen ausführlichen Artikel können Sie in der September-Ausgabe des IHK WirtschaftsForums lesen.

STANDORTPOLITIK

Bedarfsanalyse zu Handwerker- und Gewerbehöfen

Wirtschaftsförderung Frankfurt, Handwerkskammer Frankfurt-Rhein-Main und IHK Frankfurt haben eine Betriebsbefragung unter kleinen und mittleren Gewerbebetrieben beauftragt. Im Mittelpunkt stehen dabei Fragen zu Standortzufriedenheit, Entwicklungsmöglichkeiten an den Betriebsstandorten sowie betrieblichen Flächenbedarfen und Standortanforderungen. Mit der Bedarfsermittlung soll eine zielgerichtete Errichtung von Handwerker- und Gewerbehöfen geprüft werden. Diese wurden im Masterplan Industrie als eine mögliche Maßnahme zur spezifischen Bereitstellung von Gewerbeflächen und zur Stärkung des Stadtteilgewerbes vorgeschlagen.

KULTUR

Blickachsen 12 in Bad Homburg

Die Skulpturenbiennale verwandelt Bad Homburg und die Region bis 6. Oktober in einen internationalen Treffpunkt für zeitgenössische Kunst. Alle zwei Jahre präsentieren die Blickachsen neue Facetten der dreidimensionalen Kunst im Dialog mit dem öffentlichen Raum. Traditionell dient dabei Bad Homburg als Kern und Ausgangspunkt der Skulpturenschau. Die namensgebenden Blickachsen des 1856 von Peter Joseph Lenné in Bad Homburg entworfenen Kurparks ziehen sich symbolisch bis in den Schlosspark und weit über die Stadtgrenzen hinaus und verknüpfen insgesamt sechs Standorte im RheinMain-Gebiet. Partner der Blickachsen 12 ist der schwedische Skulpturenpark Wanås Konst. www.blickachsen.de



Foto: Courtesy Stiftung Blickachsen, Bad Homburg / Winter-Hoerbelt

Winter-Hoerbelt, Donnerstags ist alles gut



Foto: Christoph Söldner

FRANKFURTRHEINMAIN

Beste Arbeitgeber in Hessen ausgezeichnet

Das internationale „Great Place to Work“-Institut und die hessische Landesvertretung des Bundesverbands mittelständische Wirtschaft haben die Preisträger des Wettbewerbs „Beste Arbeitgeber in Hessen 2019“ gewürdigt. Auch einige Unternehmen aus dem IHK-Bezirk Frankfurt standen auf dem Siegertreppchen: Unter den besten Arbeitgebern in der Kategorie der großen Unternehmen mit über 500 Beschäftigten ist die deutsche Vertretung von Robert Half, Frankfurt (dritter Platz). Bei den Unternehmen mit 251 bis 500 Mitarbeitenden liegt Zühlke Engineering, Eschborn, auf Platz eins; dicht gefolgt von Campana & Schott, Frankfurt (Platz zwei). Einen Spitzenplatz in der Kategorie der Unternehmen mit 50 bis 250 Beschäftigten erreichte Co-finpro, Frankfurt (Platz zwei). In der Kategorie der kleinen Unternehmen (zehn bis 49 Mitarbeiter) gingen die Awards an Advisory FTC und Valantic Financial Services, Frankfurt.

Schneller, stabiler, wirtschaftlicher.
Glasfaser für Ihr Unternehmen.



**0800
281 281 2**
anrufen und
Beratungsgespräch
vereinbaren!

Wir realisieren den reinen Glasfaserausbau in Ihrem Gewerbegebiet.
deutsche-glasfaser.de/business


Deutsche Glasfaser Business GmbH / Am Kuhm 31 / 46325 Borken

 **Deutsche
Glasfaser**

EXISTENZGRÜNDUNG

Hessen-MikroCrowd

Mit dem Förderprodukt Hessen-MikroCrowd, einer Kombination aus Mikrodarlehen und Crowdfunding, haben Gründer und junge Unternehmen die Möglichkeit, ihre Geschäftsidee erfolgreich auf den Markt zu bringen. Kooperationspartner sind die Wirtschafts- und Infrastrukturbank Hessen und Startnext. Die Crowd agiert als eine Art Produkttester und gibt den Gründern einen Hinweis darauf, wie erfolgversprechend ihre Geschäftsidee ist. Durch die frühe Einbindung der Kunden wird zudem die Idee bekannt gemacht und gleichzeitig eine Community aufgebaut. www.startnext.com

 Hessen-Mikrocrowd

KULTUR

Grüne-Soße-Weltrekord verpasst



Foto: Petra Menke

Ob klassisch mit Eiern und Kartoffeln, ob Eis oder Kreppel, Bratwurst oder Döner, ob in Kantinen, Kaufhäusern, Schulen, Altenheimen, auf öffentlichen Plätzen oder sonstwo: Am 6. Juni war ganz Frankfurt im Weltrekord-Fieber. Im zweiten Anlauf sollte der Weltrekord im Grüne-Soße-Essen aufgestellt werden. Die Latte hing hoch: 231 775 Portionen hätten es sein müssen, schlussendlich waren es nur 181 096 Portionen. Weltrekord verfehlt, aber mit ganz viel Spaß. Die IHK Frankfurt und die Deutsche Börse hatten auf dem Börsenplatz zum Green Lunch geladen und mit 560 Portionen zum Weltrekordversuch beigetragen, sogar Bulle und Bär präsentierten sich kurzfristig in grünem Gewand. Beim dritten Anlauf in 2021 soll es mit dem Weltrekord klappen. www.gruene-sosse-tag.de


EXISTENZGRÜNDUNG

Global Entrepreneurship Monitor

Seit 20 Jahren untersucht der Global Entrepreneurship Monitor (GEM) das weltweite Gründungsgeschehen. Bis zu 70 Länder erheben jährlich Daten zu nationalen Gründungsaktivitäten und den jeweiligen Rahmenbedingungen, was den GEM zum weltweit größten Projekt der ländervergleichenden Gründungsforschung macht. Ergebnisse sind unter anderem, dass es in Deutschland vier Mal mehr Chancengründungen als Gründungen aus Mangel an Erwerbsalternativen gibt und gut neun Prozent der Gründungen eine mittlere bis hohe Technologieintensität aufweisen. Der Referenzwert für die USA ist mit etwa fünf Prozent deutlich niedriger. www.rkw-kompetenzzentrum.de  Global Entrepreneurship Monitor

INNOVATION

Fristen bei Energiesteuern und -abgaben

Der DIHK hat eine aktualisierte Übersicht bestehender Fristen bei Energiesteuern und -abgaben veröffentlicht. Je nach Konstellation können Unternehmen einzelne Entlastungstatbestände bei Energiesteuern und -abgaben in Anspruch nehmen. www.frankfurt-main.ihk.de  Fristen Energiesteuern

FINANZPLATZ

EU-Rat beschließt Bankenpaket

Der Rat hat ein umfassendes Paket von Rechtsvorschriften angenommen, das die Risiken im Bankensektor verringern und die Widerstandsfähigkeit der Banken gegen mögliche Schocks weiter stärken soll. Neben Änderungen an den Eigenmittelvorschriften, mit denen die Eigenmittel- und Liquiditätslage der Banken gefestigt wird, festigt das Paket den Rahmen für die Sanierung und Abwicklung notleidender Banken. Die meisten der neuen Vorschriften werden ab Mitte 2021 gelten. www.consilium.europa.eu/de

WOHNUNGSMARKT

Initiative „Großer Frankfurter Bogen“

Hessens Wirtschaftsminister Tarek Al-Wazir will den Wohnungsbau im RheinMain-Raum verstärkt an den Haltestellen des regionalen Schienenverkehrs ausrichten. In einer Regierungserklärung im Landtag stellte er Mitte Juni den „Großen Frankfurter Bogen“ vor, der einen Radius von 30 Zugminuten um den Frankfurter Hauptbahnhof einschließt und Flächenpotenziale in der Größenordnung von 200000 Wohnungen beinhaltet: „Das ist eine akzeptable Entfernung für den Weg zur Arbeit, ins Kino oder ins Konzert. Man wohnt bezahlbar und hat alle Vorteile der Großstadt in Reichweite. Ich nenne dieses Gebiet den Großen Frankfurter Bogen.“ Er sei eine Einladung an die Kommunen, Verbände und Wohnungsunternehmen, dabei mitzumachen und davon zu profitieren, betonte der Minister. „Er ist aber auch ein Appell, mit uns zusammen Verantwortung zur Entlastung des Wohnungsmarkts wahrzunehmen.“ <https://wirtschaft.hessen.de>



Foto: Petra Menke

Programmvorstellung in der ehemaligen Druckfarbenfabrik Dr. Milchsack (v.l.): Monika Linhard, Objektkünstlerin, Peter Strzoda, Gastgeber Atelierraum, Salvatore Granatella, Projektleiter, Route der Industriekultur, Peter Peters, Eigentümer, Milchsack-Kulturfabrik, und Sabine von Bebenburg, Geschäftsführerin, Kulturregion FrankfurtRheinMain.

KULTUR

Tage der Industriekultur

Unter dem Motto „Baukultur“ stehen die Tage der Industriekultur Rhein-Main vom 3. bis 11. August. Knapp 200 Veranstaltungen thematisieren die architektonische Gestaltung von Gebäuden und Industrieensembles, den Städtebau ebenso wie die Kunst am Bau und im öffentlichen Raum. Das Programmheft liegt in Tourist-Infos, Rathäusern und Museen der Region aus und ist zudem online abrufbar. www.krfrm.de

ENERGY NET IST DER SYSTEMPARTNER FÜR INNOVATIVE PUBLISHING-LÖSUNGEN.

Wir begleiten Verlage, Mediendienstleister, Agenturen und Marketingabteilungen bei der Umsetzung Ihrer digitalen Prozesse und sind Ihr kompetenter Partner bei der Planung und Integration von modernen Multichannel-Publishing-Lösungen.

Durch die langjährige Zusammenarbeit mit unseren Lösungspartnern verfügt Energy Net über ein ausgereiftes Portfolio zur Entwicklung, Installation und Integration von Workflows über den Publishing-Bereich und ist einer der größten Integratoren für Apple-Technologie im Enterprise-Sektor.

Energy Net, ein Tochterunternehmen der Econocom Group und Full-Service-Dienstleister, begleitet Sie in die neue digitale Arbeitswelt. Profitieren Sie von unserem Know-How im Publishing Bereich.

Ihr Apple Experte für Multichannel Publishing



Autorisierter Händler

Energy Net GmbH
Gutleutstraße 169–171
60327 Frankfurt
tel. 0 69 - 9 76 97 09-0
www.energy-net.de
info@energy-net.de



energy net | econocom



USA

Gefragter Partner

An Strahlkraft nichts eingebüßt

Die deutsch-amerikanischen Beziehungen sind weit besser als ihr Ruf. Die mittelständischen Unternehmen im IHK-Bezirk Frankfurt reagieren auf die politischen Belastungen im transatlantischen Verhältnis mit Gelassenheit.

Die Fakten sprechen eine eindeutige Sprache: Trotz der gegenwärtigen Beziehungskrise, trotz schwelender und teils eskalierender Handelskonflikte, trotz Präsident Donald Trumps irritierender „America First“-Politik, trotz schärferer Einreisebestimmungen sind die USA größter und wichtigster Exportmarkt für die deutsche Wirtschaft. Auch die in der Region FrankfurtRheinMain angesiedelten amerikanischen Unternehmen halten unbeirrt an ihren Standorten fest, deren Qualitäten sie über die Maßen schätzen. Von Rückzugsgedanken keine Spur.

2018 lieferten deutsche Unternehmen Waren made in Germany im Gesamtwert von gut 113 Milliarden Euro in die Vereinigten Staaten. Zum Vergleich: Nach Frankreich, dem wichtigsten Absatzmarkt innerhalb der Europäischen Union (EU), gingen Waren im Wert von 105 Milliarden Euro. Und Chinas Rechnung für deutsche Produkte belief sich im vergangenen Jahr auf 93 Milliarden Euro.

„Im Kern ist das deutsch-amerikanische Verhältnis stark und intakt“

Auch für hessische Unternehmen sind die USA der Top-Auslandsmarkt. Sie exportierten im Vorjahr Waren für rund acht Milliarden Euro über den Atlantik. Das entspricht einem Plus von acht Prozent gegenüber dem Vorjahr und einem Anteil an Hessens Ausfuhren von insgesamt zwölf Prozent. Diese Steigerung binnen Jahresfrist ist vor allem deshalb beeindruckend, weil die traditionell wichtigste Exportbranche, die Pharmaindustrie, leicht schwächelte. Metalle, Maschinen und chemische Produkte waren die hessischen Exportschlager, die die Verluste bei Arzneien und Medikamenten mehr als ausgleichen konnten. In umgekehrter Richtung sind Datenverarbeitungsgeräte, pharmazeutische Produkte sowie Fahrzeuge und Flugzeuge die wichtigsten Einfuhrgüter aus Richtung USA.

Was wäre, wenn?

„Die amerikanischen Unternehmen sind mit der Entwicklung 2018 sehr zufrieden. Man muss sich aber dennoch fragen: Was wäre, wenn? Wie groß wäre das Wachstum des Handelsvolumens ohne die politischen Turbulenzen gewesen“, merkt Frank Sportolari im Interview kritisch an. Der Manager muss es wissen, schließlich steht er als Chef von UPS Deutschland (United Parcel Service) mitten im Geschäftsleben und ist als Präsident der American Chamber of Commerce in Germany (AmCham Germany) bestens vernetzt.



IHK ONLINE

Infos zu Zöllen im Warenverkehr mit den USA:

www.frankfurt-main.ihk.de/usa

AHK-Umfrage zum Geschäftsklima USA:

www.gaccny.com  gabo

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN

- Die USA sind wichtigster Exportmarkt für hessische Unternehmen.
- 2018 lieferten sie Waren im Wert von knapp acht Milliarden Euro in die Vereinigten Staaten.
- Exportschlager sind Metalle, Fahrzeuge und Maschinen.
- Wichtigste Einfuhrgüter sind Datenverarbeitungsgeräte, pharmazeutische Produkte, Fahrzeuge.
- Knapp 940 amerikanische Firmen sind im IHK-Bezirk gemeldet, rund 730 Unternehmen davon sind im Handelsregister eingetragen.

Im transatlantischen Handel sieht er die wichtigste Handelsbeziehung weltweit. Daran dürfte sich trotz der geopolitischen Probleme auch nichts ändern, lautet seine optimistische Prognose. Obwohl es aktuell nicht zu unterschätzende Turbulenzen gebe, sei das deutsch-amerikanische Verhältnis im Kern stark und intakt.

Schwächender Export

Das sieht Gabriele Hässig ähnlich. Sie ist Geschäftsführerin Kommunikation und Nachhaltigkeit des US-Konsumgüterkonzerns Procter & Gamble (Ariel, Braun, Pampers), der in Schwalbach und Kronberg seine Zentrale für Deutschland, Österreich und die Schweiz sowie sein größtes europäisches Forschungszentrum angesiedelt

Netzwerk der Deutsch-Amerikanischen Handelskammern:

- AHK New York mit Außenstelle in Philadelphia
- AHK Süd in Atlanta und Houston
- AHK West in San Francisco
- AHK Mittlerer Westen in Chicago und Detroit
- Representative of German Industry and Trade (von DIHK und BDI) in Washington

Weitere Infos: www.ahk-usa.com

hat. Zwischen Deutschland und den Vereinigten Staaten herrsche ein breiter gesellschaftlicher Konsens. „Wir teilen



„Das können wir von Start-ups im Silicon Valley lernen: Probiere etwas Neues, ziehe schnell die Konsequenzen, wenn's nicht klappt, und habe wieder den Mut, etwas anderes zu probieren.“

Frank Heßler, Managing Director, Schlafender Hase

die gleichen Werte, wir hören die gleiche Musik. Daran hat sich nichts geändert“, lautet ihre Erkenntnis.

In gewisser Weise dienen die USA sogar als Vorbild, meint Frank Heßler, Gründer und Managing Director der Frankfurter Softwarefirma Schlafender Hase. Der Unternehmergeist, der die Start-ups im kalifornischen Silicon Valley antreibt, beeindruckt ihn nach wie vor: „Das können wir dort lernen: Probiere etwas Neues, ziehe schnell die Conse-



„Die Vereinigten Staaten sind unser wichtigstes Partnerland im Außenhandel und unser bedeutendster ausländischer Investor.“

Tarek Al-Wazir, hessischer Wirtschaftsminister

quenzen wenn's nicht klappt, und habe wieder den Mut, etwas anderes zu probieren.“

Ob sich das Rekordergebnis beim US-Export im laufenden Jahr halten oder gar

toppen lässt, ist noch nicht klar erkennbar. Im Dezember, Januar und Februar verzeichneten die hessischen Lieferungen in die USA Rückgänge um bis zu 5,7 Prozent. Bundesweit sahen die Exportstatistiken etwas freundlicher aus. Doch die führenden Wirtschaftsforschungsinstitute rechnen für 2019 mit einem insgesamt eher schwächelnden Export.

Das Institut der deutschen Wirtschaft (IW) reduzierte seine Prognosen deutlich: Die Weltwirtschaft dürfte in diesem Jahr nur noch um 2,75 Prozent zulegen und somit mehr als einen halben Prozentpunkt weniger als 2018. Für

Deutschland wird nur noch ein Wirtschaftswachstum von 0,7 Prozent erwartet – 2018 waren es noch 1,5 Prozent. Die preisbereinigten Exporte dürften 2019 um nur noch 1,4 Prozent den Vorjahreswert übersteigen.

Wichtigstes Partnerland

Für Tarek Al-Wazir, den hessischen Wirtschaftsminister, hängt die Entwicklung der Ausfuhren in die USA ganz entscheidend von der angedrohten

Verhängung von Strafzöllen auf europäische Produkte ab: „Die Vereinigten Staaten sind unser wichtigstes Partnerland im Außenhandel und unser bedeutendster ausländischer Investor. Die Strafzoll-Diskussion hat dem bisher

nichts anhaben können.“ Doch eine Eskalation würde Hessen mit seinen vielen international orientierten Unternehmen voraussichtlich unmittelbar treffen.

Wie eng die Metropolregion Frankfurt-RheinMain mit den USA verflochten ist, zeigt ein Blick auf die amerikanische Community: Hier leben und arbeiten rund 20000 US-Bürger. Mittlerweile gibt es zahlreiche amerikanische Netzwerke, die als wichtige Anlaufstelle für Unternehmen, Mitarbeiter und deren Familien dienen. Die Region beheimatet über 1000 Niederlassungen amerikanischer Unternehmen. Allein 15 deutsche Headquarter der umsatzstärksten amerikanischen Firmen sind in FrankfurtRheinMain angesiedelt. Mehr als 700 US-Firmen haben ihre Deutschland- oder Europa-zentralen in Frankfurt, in denen sie etwa 150000 Mitarbeiter beschäftigen.

Kein Selbstläufer

Ein ganz wesentlicher Teil der ausländischen Direktinvestitionen in Hessen

hat seinen Ursprung in den Vereinigten Staaten. Laut fDi Intelligence wurden in den Jahren 2014 bis 2018 insgesamt 163 Projekte umgesetzt. Dabei bewegen sich die Zahlen mit 26 bis 39 Einzelinvestitionen per annum auf konstant hohem Niveau. Die Boomregion FrankfurtRheinMain ist für amerikanische Unternehmen der deutsche Wirtschaftsstandort Nummer eins. Das bestätigt auch Sportolari: „US-Firmen fühlen sich in Deutschland sehr gut. Nicht selten ist der deutsche Markt nach dem US-Heimatmarkt der wichtigste weltweit.“ US-Unternehmen in Deutschland

und deutsche Unternehmen in den USA blicken auf ein gutes Jahr zurück. Trotzdem ist die Attraktivität der beiden Märkte kein Selbstläufer. Das sind zentrale Ergebnisse des Transatlantic Business Barometers 2019, das die Unternehmensberatung Roland Berger im Auftrag der AmCham Germany durchgeführt hat.

Demnach bleiben amerikanische Unternehmen in Deutschland zuversichtlich. Nach einem soliden Geschäftsjahr 2018 geht der Großteil der befragten Unternehmen von erneut steigenden

Kommunikation und Vertriebsaufbau im US-Markt

IHK-Workshop am Dienstag, 10. September, 10 bis 15 Uhr, IHK Frankfurt

Der Vertriebsaufbau und die Kommunikation mit Kunden, Partnern und gegebenenfalls eigenen Mitarbeitern in den USA erfordern eine gründliche Vorbereitung. Was erwarten amerikanische Kunden von meinem Produkt, wie finde und halte ich meine Vertriebspartner und welche Dos and Don'ts gelten in Gesprächen und Verhandlungen mit US-amerikanischen Geschäftspartnern? Zu diesen Fragen informiert der gemeinsame Workshop der IHK Frankfurt und der AHK Chicago. Die Teilnahme kostet 75 Euro. Infos und Anmeldung: www.frankfurt-main.ihk.de/veranstaltungen



Die Brooklyn Bridge in New York.

Umsätzen (77 Prozent), Beschäftigtenzahlen (53 Prozent) und Investitionen (51 Prozent) aus. Die Mehrheit der US-Unternehmen bewertet die deutschen Standortbedingungen als attraktiv. 59 Prozent wollen wachsen und ihre Aktivitäten auf dem deutschen Markt ausweiten. Besonders hoch im Kurs stehen die Qualität der Mitarbeiter (97 Prozent), der Absatzmarkt (84 Prozent) und die Verkehrsinfrastruktur (79 Prozent).

„Die hervorragend ausgebildeten Mitarbeiter in Deutschland werden in den USA sehr geschätzt“, sagt Sportolari. Umgekehrt sei es für deutsche Firmen in den Vereinigten Staaten stets eine große Herausforderung, gut ausgebildete Fachkräfte zu rekrutieren. Denn ein Ausbildungssystem wie hierzulande gebe es in Amerika nicht: „Wer in Deutschland einen

Mechatroniker einstellt, weiß genau, was er kann. In den USA sind Mitarbeiter meist angelernt und müssen für einen neuen Job erst einmal trainiert werden.“

ÖPNV: großer Nachholbedarf

Aber auch ein knappes Viertel der befragten Unternehmen geht von einer Verschlechterung der Investitionsbedingungen in den nächsten drei bis vier Jahren aus. Ein ernsthaftes Problem sind laut Umfrage vor allem die hohen Energiekosten. Das sieht nahezu jedes zweite US-Unternehmen so. Herausforderungen bleiben die Arbeitskosten, die Steuerlast für Unternehmen sowie die (ungenügende) Qualität der digitalen Infrastruktur.

Mit Blick auf die Kommunal- und Landespolitik im RheinMain-Gebiet sieht Hässig

Step USA: Start-up and Entrepreneur Program

Die Deutsch-Amerikanische Handelskammer bietet viermal im Jahr in New York zusammen mit VentureOutNY und anderen Partnerorganisationen bis zu 15 deutschen Start-ups aus unterschiedlichen Branchen die Möglichkeit, an einem fünftägigen Start-up-Programm in New York City, Boston oder Silicon Valley teilzunehmen. www.stepusa.io

großen Handlungsbedarf beim Ausbau des Straßenverkehrsnetzes. „Unsere Mitarbeiter brauchen dringend eine bessere Verkehrsanbindung“, moniert sie. „Uns fehlt die sogenannte Spange, über die seit vielen Jahren diskutiert wird.“ Auch im öffentlichen Nahverkehr sieht sie „großen Nachholbedarf“. Im Vergleich zu anderen Ballungsräumen schneide FrankfurtRheinMain deutlich schlechter ab. Die Region stehe vor einer großen Infrastruktur-Herausforderung, glaubt die Unternehmenssprecherin.



„US-Firmen fühlen sich in Deutschland sehr gut. Nicht selten ist der deutsche Markt nach dem US-Heimatmarkt der wichtigste weltweit.“

Frank Sportolari, Präsident, American Chamber of Commerce in Germany



Foto: Picture-Alliance / imageBROKER

Die legendäre Route 66.

DREI FRAGEN AN



Susanne Gellert, stellvertretende Geschäftsführerin und Leiterin der Abteilungen Recht & Business Development Consulting, AHK USA-New York, zum Markteintritt USA

Frau Gellert, ist jetzt ein guter Zeitpunkt, um in den USA ein Unternehmen zu gründen?

Das Interesse ist ungebrochen, die Marktchancen überragend. Standortvorteile sind etwa die führende Stellung im Bereich Forschung und Entwicklung, mobile und qualifizierte Fachkräfte, kostengünstige und unabhängige Energieversorgung sowie ein flexibler, liquider Finanzmarkt.

Welche Unternehmensform wird am häufigsten gewählt?

Für Töchter deutscher Kapitalgesellschaften ist dies sicher die Corporation, anders dort, wo die steuerlichen Vorteile der Limited Liability Company zum Tragen kommen.

Wie unterstützt die Auslandshandelskammer?

Als moderner Dienstleister unterstützen wir mit einem breit gefächerten

Dienstleistungsportfolio, das alle Stufen der Markterkundung und des Markteintritts abdeckt. Neben der Firmengründung und Recherche von Markteintrittsvoraussetzungen sind dies unter anderem das Erstellen von Marktstudien und die Vermittlung von Geschäftskontakten.

Die Fragen stellte Monika Goldbach, IHK Frankfurt.

FÜR SIE IN DEN BESTEN LAGEN

Im Rhein-Main-Gebiet daheim. Und die Besten für Ihr Zuhause.

Als Frankfurter Maklerhaus fühlen wir uns dem Rhein-Main-Gebiet sehr verbunden. Wenn Sie Ihre Immobilie verkaufen möchten, stehen Ihnen unsere Immobilienmakler (IHK) und geprüften freien Sachverständigen für Immobilienbewertung (PersCert®/WertCert®) in allen Phasen der Vermittlung kompetent zur Seite. Unsere Immobilienexperten sind in der gesamten Region für Sie da – und darüber hinaus mit mehr als 300 Immobilienshops in ganz Europa.



www.von-poll.com

German Business matters in den USA

Deutsche Tochterunternehmen beschäftigen in den USA über 692 000 Menschen, über 40 Prozent davon im verarbeitenden Gewerbe. Die Direktinvestitionen aus Deutschland belaufen sich auf 406 Milliarden US-Dollar. Damit steht Deutschland an vierter Stelle aller ausländischen Direktinvestoren. Laut der Deutschen Bundesbank gibt es in den USA über 5 300 Unternehmen mit deutschen Kapitalbeteiligungen. Der Representative of German Industry and Trade hat diese und weitere Zahlen zu den Leistungen der deutschen Unternehmen in den USA auf seiner Webseite zusammengestellt. www.germanbusinessmatters.com

Auch auf dem angespannten Wohnungsmarkt in der Metropolregion sieht sie dringenden Handlungsbedarf, damit in Zukunft wieder mehr Mitarbeiter bezahlbare Wohnungen finden können.

Deutschland insgesamt dürfe sich jetzt nicht auf den Lorbeeren zurückliegender Jahre ausruhen, sagt Hässig. Arbeits- und Energiekosten seien vergleichs-

im transatlantischen Handel und die Zollpolitik der US-Regierung verursachen jedoch Unsicherheit und versetzen der positiven Erwartungshaltung einen kräfti-



„Wir teilen die gleichen Werte, wir hören die gleiche Musik. Daran hat sich nichts geändert.“

Gabriele Hässig, Geschäftsführerin Kommunikation und Nachhaltigkeit, Procter & Gamble

weise hoch: „Da ist eine Korrektur notwendig, wenn Deutschland als Industriestandort weiterhin attraktiv sein will.“ Besonders großen Rückstand im internationalen Vergleich erkennt sie im Bereich der Digitalisierung. Da müsse schleunigst gegengesteuert werden – nicht zuletzt auch, um den Menschen Perspektiven im digitalen Wandel zu bieten.

Deutsche Unternehmen mit Standort in den USA senden gemischte Signale. Nach einem umsatzstarken Jahr 2018 erwartet der Großteil von ihnen für 2019 erneut steigende Umsätze. Spannungen

gen Dämpfer. Mehr als ein Drittel erwartet sogar, dass sich Standortbedingungen in naher Zukunft verschlechtern. Als größtes Handicap erweist sich aus Sicht deutscher Unternehmer die Verlässlichkeit der US-Politik. Das erschwere die Planbarkeit der Rahmenbedingungen für Investitionen, beklagen 31 Prozent. Auch das sind Ergebnisse des Transatlantic Business Barometers.

Man müsse den Markt in den USA sehr wachsam beobachten, rät etwa Dr. Anke Frankenberger, Leiterin der Rechts- und Patentabteilung des



Wall Street Bull.

Foto: Picture-Alliance / blickwinkel

Frankfurter Pharmaunternehmens Merz, das in verschiedenen Niederlassungen in den USA über 800 Mitarbeiter beschäftigt und auf dem hart umkämpften amerikanischen Beauty- und Pharmamarkt sehr erfolgreich agiert. „Alles, was den Welthandel einschränkt, beeinflusst auch unser Geschäft. Denn Merz hat einen sehr hohen Exportanteil. Und die in den USA auch sehr durch Bundesstaaten und Gerichtsentscheidungen beeinflussten Regeln sind in einem ständigen Wandel.“



„Merz hat einen sehr hohen Exportanteil. Deshalb beeinflusst alles, was den Welthandel einschränkt, auch unser Geschäft.“

Dr. Anke Frankenberger, Leiterin, Rechts- und Patentabteilung, Merz

Der Chef der auf dem amerikanischen Markt aktiven Softwarefirma Schlafender Hase, die für die Pharmaindustrie sogenannte Verification Tools entwickelt, beobachtet bei seinen Geschäftspartnern eine gewisse Unsicherheit. Sie führt manchmal dazu, dass geplante Investitionen zurückgestellt werden. Dennoch scheint der grundsätzliche Glaube an den Standort USA ungebrochen.

Visaverfahren sind schwieriger geworden

Mehr als die Hälfte der Unternehmen bewerten ihn positiv. 59 Prozent wollen ihre geschäftlichen Aktivitäten in den nächsten Jahren ausbauen. Die größten Pluspunkte sammeln die Vereinigten Staaten mit über 320 Millionen Einwohnern als riesiger Absatzmarkt, mit der Qualität der digitalen Infrastruktur und den Bedingungen für Start-ups und Unternehmensgründungen. Damit ist Amerika weiter hoch attraktiv und hat nichts von seiner Strahlkraft verloren – Trump hin oder her.

Für deutsche Firmen, die eine Niederlassung in den USA planen, ist die Standortwahl besonders wichtig, betont Sportolari. Unter den Bundesstaaten laufe ein beinhardter Wettbewerb. Sie buhlten mit millionenschweren Programmen um Firmenansiedlungen und schnürten dazu Welcome Packages mit Steuervergünstigungen, ganzen Fabrikhüllen sowie Straßenbau und Infrastrukturanschluss. Es zahle sich aus, sich vor der Standortentscheidung genauestens zu informieren, wer was zu bieten habe. Der AmCham-Präsident bietet interessierten Firmen die Unterstützung der Amerikanischen Handelskammer mit Sitz in Frankfurt an.

Er will obendrein Mut machen, wenn er sagt: „Das Interesse an deutschen Investments in den USA ist größer denn je. Die Amerikaner werben vor allem um den deutschen Mittelstand.“

IMMOBILIE DES MONATS

Stilvolles Wohn- & Geschäftsgebäude auf höchstem Niveau
FRANKFURT - DIPLOMATENVIERTEL
OBJEKT ID: 1520
PREIS: 8.950.000,- EURO



ca. 442 m² ca. 785 m² 5 22

Energieausweis nicht erforderlich. Denkmalschutzobjekt.

Haben wir Ihr Interesse für diese schöne 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?

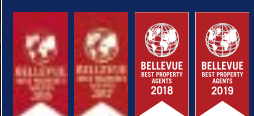
Dann rufen Sie einfach Olivier Peters in unserem Frankfurter Büro unter 069 - 23 80 79 30 an oder schreiben Sie uns eine Email an olivier.peters@ppsir.de.



Wir freuen uns auf Sie!



Mehrfach ausgezeichnete Service



Peters & Peters | Sotheby's
INTERNATIONAL REALTY

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

Arndtstraße 24
60325 Frankfurt
069 - 23 80 79 30

Louisenstraße 84
61348 Bad Homburg
06172 - 94 49 153

peters-sothebysrealty.com

DIE ZEITZONEN

In den USA sind sechs Zeitzonen zu beachten. Am einfachsten finden sich Telefontermine mit Kunden oder Mitarbeitern an der Ostküste.

- Eastern Standard Time Zone (New York City, Washington D. C., Miami): minus sechs Stunden
- Central (Chicago, Houston, St. Louis): minus sieben Stunden
- Mountain (Denver): minus acht Stunden
- Pacific (San Francisco, Los Angeles): minus neun Stunden
- Alaska: minus zehn Stunden
- Hawaii-Aleutian (Honolulu): minus elf Stunden

Gerade Mittelständler besetzen oft Nischenmärkte. Und genau dort böten sich immer Chancen für einen Markteintritt. Dabei hebt er besonders den Bereich Manufacturing hervor: „Wenn ein Land weiß, wie das geht, dann Deutschland.“

Zu einem lästigen Ärgernis hat sich zuletzt allerdings die Visa-Erteilung aufgebaut. „Die zugrunde liegenden Gesetze werden eng angewandt und jeder Visa-Antragsteller wird sehr gründlich durchgecheckt“,

häufig nervös, machen unbewusst Fehler und kassieren daher manchmal eine Ablehnung“, so Holland. Daher bereitet sie ihre Klienten vorab gründlich für das Interview vor. Sie rät allen Firmen, die Visa für die USA benötigen, diesen Prozess frühzeitig zu planen, sich über die gegebenen Voraussetzungen und Gesetze zu informieren, diese strikt einzuhalten und fachliche Hilfe einzuholen. Sie geht sogar davon aus, dass die Kriterien unter der jetzigen Administration noch



„Unter dem Strich sind die Visaverfahren schwieriger geworden, dauern länger und enden häufiger mit einer Ablehnung.“

Hilde Holland, Partnerin, Wuersch & Gering

sagt die Juristin Hilde Holland. Sie arbeitet als Partner in der Kanzlei Wuersch & Gering in New York und unterstützt seit vielen Jahren deutsche Unternehmen bei der Visavergabe. „Unterm Strich sind die Visaverfahren schwieriger geworden, dauern länger und enden häufiger mit einer Ablehnung“, beschreibt sie ihre jüngsten Erfahrungen. „Das ist eine unerfreuliche Geschichte“, nimmt auch Sportolari kein Blatt vor den Mund. „Es tauchen gegenwärtig Schwierigkeiten auf, die es früher nicht gab.“

Jeder Antragsteller müsse heute mit einer intensiven Befragung auf dem Konsulat rechnen. „Die Antragsteller sind

weiter verschärft werden könnten. Auch die Amerikanische Handelskammer in Deutschland bietet Rat und Hilfe an.

Standort ist besser als sein Ruf

Über eine konkrete Beeinträchtigung berichtet Frank Heßler, dessen Softwarefirma Schlafender Hase eine Tochtergesellschaft in Cambridge (Massachusetts) gegründet hat. Er habe dort in der Vergangenheit für Trainings häufig freie Mitarbeiter aus Kanada beschäftigt. Doch seit die USA die Grenzkontrollen zu Kanada extrem verschärft hätten, habe es immer wieder Komplikationen bei der Einreise gegeben. Daher könne er die

Kanadier nicht mehr berücksichtigen und rekrutiere mittlerweile ausschließlich US-Amerikaner für diese Trainings.

Dass der Wirtschaftsstandort USA von seiner Ausstrahlung nichts verloren hat, belegt auch eine aktuelle Benchmark-Studie internationaler Produktionsstandorte der Münchner Beratungsfirma Ingenics. In dieser alle zwei Jahre durchgeführten Untersuchung sind die USA wieder auf Rang eins geklettert. Dabei wird ihnen attestiert, in den Bereichen Humankapital, Digitalisierung und Innovation große Fortschritte gemacht zu haben. Die Lohnkosten seien weiter akzeptabel, Arbeitskräfte gut verfügbar. „Der Standort USA ist besser als sein gegenwärtiger Ruf“, bilanziert Ingenics-Vorstand Andreas Hoberg.



IHK ONLINE

Ein ausführliches Interview mit Frank Sportolari, Präsident der American Chamber of Commerce in Germany (AmCham Germany), lesen Sie unter:

www.frankfurt-main.ihk.de/usa



DER AUTOR



Michael Balk

Wirtschafts- und Finanzkorrespondent,
Frankfurt

mmm.balk@t-online.de

1,6 Millionen Entscheider lesen IHK-Magazine*. Werben Sie hier!

1,6 Millionen Entscheider im Mittelstand lesen monatlich die IHK-Magazine in Deutschland. Genau diese Entscheider verantworten die Anschaffungen von Investitionsgütern in den Unternehmen und haben auch privat ein ausgeprägtes Konsuminteresse. Schalten Sie Ihre Werbung dort, wo Sie Ihre Kunden erreichen und neue Geschäftsbeziehungen aufbauen wollen: im IHK-WirtschaftsForum.



Rufen Sie uns an oder schreiben Sie uns eine E-Mail.

Angelika Knück-Gottschalk
0 69/42 09 03 86
angelika.knueck@zarbock.de

Armin Schaum
0 69/42 09 03 55
armin.schaum@zarbock.de

Zwischen Frankfurt und Atlanta



Fotos: Goetzke Photographie

Jörg Münch, Geschäftsführer, Münch + Münch: „Die Ostküste war für uns gesetzt.“

Das Frankfurter Unternehmen Münch + Münch bearbeitet den US-Markt vom Standort Atlanta aus und setzt dabei auf persönliche Beziehungen, klar strukturierte Prozesse und den Motor der Freiwilligkeit.

Mit einem Warenlager an der amerikanischen Ostküste noch näher am Kunden sein, diese Idee kam Jörg Münch, Geschäftsführer von Münch + Münch, vor zweieinhalb Jahren. Das in Frankfurt-Nieder-Erlenbach ansässige Unternehmen lieferte und montierte bereits erfolgreich Ladeneinrichtungen für US-Shops internationaler Markenhersteller. Nach Gesprächen mit Kunden und Partnern konkretisierte sich die Idee einer Gründung, nur der Standort musste noch gefunden werden.

Kein Wechselkursrisiko

„Die Ostküste war gesetzt“, so Münch, „zunächst dachte ich an Philadelphia. Dann bekam ich den Tipp, mir Atlanta

und Umgebung genauer anzuschauen.“ Und in der Tat überzeugte das Powerhouse des Südens mit Kostenvorteilen bei Immobilien, Dienstleistern und Löhnen. Im September 2017 erfolgte die Gründung der M&M SDS Inc. in Atlanta, Georgia. Das Warehouse befindet sich in Chattanooga, nordwestlich von Atlanta am Highway nach Nashville gelegen, der Hauptstadt der Country-Musik. Eine deutsche Mitarbeiterin ist ständig vor Ort, und Münch pendelt zwischen Frankfurt und den Südstaaten. Der persönliche Kontakt ist nach seiner Einschätzung vor allem in der Startphase immens wichtig.

Das eigene Warenlager bietet den Vorteil, dass Kunden nicht ganze Container

mit hochwertigen Möbeln bestellen müssen. Zudem können sie in lokaler Währung ohne Wechselkursrisiko einkaufen. Vom Standort Atlanta aus werden auch Kunden in Kanada und Lateinamerika beliefert. Die Shopseinrichtungen werden containerweise an die M&M SDS geliefert, konfektioniert und per Spedition ausgeliefert. „Wir haben viele Speditionen getestet und drei gefunden, die gut arbeiten. Eine davon wickelt 80 Prozent unserer Lieferungen ab. Die anderen halten wir uns warm, um im Falle des Falles flexibel reagieren zu können.“

Mitarbeiterloyalität als Erfolgsfaktor

Mit deutschen Erwartungen dürfe man an Geschäftsbeziehungen in den USA nicht herangehen: „Die Amerikaner sind uns im Verkauf überlegen, aber hinten dran läuft alles nach einem bestimmten Schema sehr arbeitsteilig, und keiner hat den Gesamtprozess im Blick.“ Die Kunden sind weltweit tätige Konzernkunden, darunter ein Anbieter von Kaffeekapseln, eine Schweizer Uhrenmanufaktur sowie ein Hersteller von Schmuck und Kristallaccessoires.

Münch sieht im wertschöpfenden Engineering den Schlüssel zum Erfolg. Mit gut dargestellten Prozessen können die Gesamtkosten für ein Projekt so gestaltet werden, dass ein in Deutschland designer und produzierter Shop für den internationalen Kunden günstiger ist als eine Fertigung in einem Land mit deutlich niedrigeren Lohnkosten. Da geht es um die Widerstandsfähigkeit von Materialien und effizientes Zerlegen beziehungsweise Zusammen setzen der Komponenten. Nach jeder Wertschöpfungsphase kann der Kunde aussteigen oder einsteigen, „das Prinzip der Freiwilligkeit schafft Vertrauen“, so Münch.

Eine eigene Fertigung ist in den USA nicht geplant. Am ISO-zertifizierten Standort in Frankfurt erfolgen auch die Audits für weitere erforderliche

Zertifikate. Für die sehr hohe Qualität der Ladeneinrichtungen brauche man außerdem einen hohen Ausbildungsstand und eine hohe Loyalität der Mitarbeiter. Am Standort Frankfurt liege diese sogenannte Loyalitätsquote bei deutlich über 80 Prozent, schätzt Münch, in den USA seien 20 Prozent realistisch. Insofern sei die derzeitige Lösung ideal.

Aktuell gehen rund 20 Prozent der Exporte und rund acht Prozent der gesamten Produktion des Unternehmens in die USA. Der Exportanteil des Unternehmens liegt bei 40 Prozent. Künftig soll der absolute Anteil des US-Marktes steigen. Parallel wird am Ausbau des Chinageschäftes gearbeitet. Hier baut der Bruder Konrad Münch eine Kooperation auf, ebenfalls mit starkem persönlichem Engagement vor Ort. Diese Herangehensweise hat Tradition. Die Brüder haben nach der Übernahme des Geschäftes vom Vater mit damals sechs Mitarbeitern das Handwerk von der Pike auf gelernt. Jörg Münch sattelte auf ein wirtschaftswissenschaftliches Studium eine Schreinerlehre und den Meister drauf. Sein Bruder ist Diplom-Ingenieur, Fachrichtung Holztechnik.

Nachfolge rechtzeitig geregelt

„Da wir das Unternehmen über alle Wachstumsphasen begleitet haben, wissen wir auch, was es heißt, selbst zu lackieren oder die Buchhaltung zu machen“, sagt Münch. „Und so gehen wir auch an die Auslandsmärkte heran. Wir machen den Aufbau selbst und können dann die Herausforderungen und Risiken einschätzen.“ Die Nachfolge am Standort Frankfurt ist übrigens schon geklärt. Die Nichte von Jörg Münch, Jennifer Münch, ist in das Unternehmen eingestiegen und wird in diesem Jahr zur Geschäftsführerin bestellt. Bereits im Februar wurde zudem der langjährige Mitarbeiter Thomas Reuhl in die Geschäftsführung aufgenommen. Für Mitarbeiter und Kunden ist dies mehr als eine gute Nachricht.



KONTAKT

Münch + Münch

Im Fuchsloch 8
60437 Frankfurt
Telefon 061 01/544 71 00
E-Mail dialog@muenchundmuench.com
www.muenchundmuench.com



DIE AUTORIN



Monika Goldbach

Referentin, International, IHK Frankfurt
m.goldbach@frankfurt-main.ihk.de

Nah am Kunden

Das in Eppstein beheimatete Familienunternehmen SchuF gründete im Ausland nicht nur Fertigungsstätten, sondern auch Vertriebs- und Servicebüros. Denn die Nähe zu dem Kunden gilt als wichtiger Erfolgsfaktor.



Foto: Goetzke Photographie

Dr. Martin Frank, Geschäftsführer, SchuF:
„Im Endeffekt gilt nach meiner Einschätzung
das Deep-Pocket-Prinzip.“

Seit mehr als 100 Jahren erfindet und fertigt das Eppsteiner Familienunternehmen SchuF Ventile für industrielle Anwendungen. Das Gros der Kunden sitzt mittlerweile im Ausland. Die hoch spezialisierten Ventile werden in den Produktionsanlagen der Öl- und Gasindustrie, in der chemischen und pharmazeutischen Industrie sowie in der Kunststoffindustrie eingesetzt.

Ein wichtiger Brückenbauer

Gegründet wurde SchuF im Jahr 1911 von Josef Frank und Ludwig Schärzel in Frankfurt-Sindlingen; 1984 übernahm Dr. Martin Frank die Geschäftsleitung. 1991 gründete das Unternehmen die erste ausländische Fertigungsstätte im irischen Cork und seit 20 Jahren produziert das Unternehmen auch in Indien. 2003 zog das Unternehmen an den heutigen Standort in Eppstein-Niederjosbach.

In den USA wurde Mitte der Achtzigerjahre ein Vertriebs- und Servicebüro gegründet. „Mein Bruder Wolfgang hat 1984 in Santa Fe in New Mexico mehr aus romantischen Gründen eine Niederlassung gegründet, die er dann aus praktischen Gründen nach Charleston, South Carolina, verlagert hat“, erzählt Frank. Dort sei das Unternehmen seit 1987 mit einem Vertriebs- und Servicecenter vor Ort. „In den Carolinas gab und gibt es viele Unternehmen, die Polymere erzeugen, und das war einer unserer stärksten Kundenkreise“, fügt er hinzu.

2004 gelang es dem Eppsteiner Global Player, seinen US-Konkurrenten Fetterolf mit Sitz in Skippack in der Nähe von Philadelphia aufzukaufen. SchuF Fetterolf stellt damals wie heute Spezialventile für die Polymerherstellung und Spezialchemie her. Ein wichtiger Anwendungsbereich ist die Pharmaindustrie, die an der US-Ostküste stark vertreten ist. Die US-Tochter in Charleston wird von einem deutschen Geschäftsführer geleitet: „Die Tatsache, dass Stephan Eckert Deutscher ist, ist einerseits ein Zufall, da wir ihn vor Ort gefunden und eingestellt haben. Andererseits ist er natürlich für uns auch ein wichtiger Brückenbauer.“

Deep-Pocket-Prinzip

Mit dem Thema US-Produkthaftung geht das Unternehmen pragmatisch um: „Wir sind natürlich versichert und die Prämiensätze sind deutlich höher als in Europa.“ Gleichwohl werde das Thema Produkthaftung USA oft zu hoch gehängt. „Im Endeffekt gilt nach meiner Einschätzung das Deep-Pocket-Prinzip. Und ein deutscher Mittelständler hat eben nicht so tiefe Taschen wie ein US-Großunternehmen.“ Etwas kompliziert sei der Abschluss der Police, so Frank, zumal es wenige Versicherungen gebe, die ein sogenanntes Mastercover für die USA überhaupt anbieten.

Die deutschen Unternehmen müssen dann zusätzlich zur weltweiten Police vor Ort in den USA eine lokale kleine Einzelhaftung abschließen, bekämen aber dafür vom deutschen Versicherer für die ganze Unternehmensgruppe eine DIC/DIL-Versicherung, die im Vergleich zu rein amerikanischen Versicherungen sehr günstig sei. Den Schutz des geistigen Eigentums sollten Unternehmen allerdings weltweit im Blick haben.

Geistiges Eigentum schützen

Frank sieht da keine großen Unterschiede zwischen den USA und China. „Das geistige Eigentum ist vielleicht in China etwas gefährdeter, aber es ist nicht so, als ob es in Amerika keine Firmen gebe, die gerne das bauen, was wir bauen.“ In den USA sei es teurer, sein Recht einzuklagen, als in China. Dafür käme in China am Ende wenig heraus, resümiert er. In der Dynamik und im Marktpotenzial sieht der Eppsteiner Global Player China klar vor den USA. „Es ist einfach der größere Markt mit einer größeren Bevölkerung, und wir sind als Lieferant an die Polymerchemie- und Pharmaindustrie an der Abdeckung von Grundbedürfnissen beteiligt.“

Aufgrund der hohen Spezialisierung hat das Unternehmen die weltweiten Produktionsstätten auf einzelne Produktlinien und nicht auf die Absatzmärkte ausgerichtet. So werden deutsche Kunden im Pharmabereich von SchuF Irland beliefert, und Spezialventile für die Schwerölanlagen gehen aus der Eppsteiner Zentrale in die USA. „Wir versuchen allerdings, die Erbringung von Leistungen innerhalb der Unternehmensgruppe wo möglich zu vermeiden, da dies steuerlich immer schwer auseinanderzuhalten ist“, so Frank.



KONTAKT

SchuF Chemieventile Vertriebsgesellschaft

An der Guldenmühle 8–10
65817 Eppstein
Telefon 061 98/57 11 00
E-Mail verkauf@schuf.de
www.schuf.de



DIE AUTORIN



Monika Goldbach

Referentin, International, IHK Frankfurt
m.goldbach@frankfurt-main.ihk.de



Foto: Gettyimages/Tetra Images

 PRODUKTHAFTUNG

Nicht abschrecken lassen

Auch wenn aus den Vereinigten Staaten immer wieder spektakuläre Meldungen über Produkthaftungsfälle bekannt werden: Exportierende Unternehmen können sich mit entsprechendem Know-how dagegen wappnen.

Speziell für den amerikanischen Markt ist es wichtig, sich vorzustellen, wie im schlimmsten Fall eines Tages die Jury eines US-Gerichts das Produkt und die von diesem möglicherweise ausgehenden Gefahren einschätzen könnte. Fabrikationsfehler, bei denen das Produkt von den selbst gesetzten Vorgaben des Herstellers abweicht, sind durch interne Maßnahmen auszuschließen.

Konstruktionsfehler liegen dann vor, wenn schon die amerikanischen Sicherheitsvorschriften und -standards nicht eingehalten werden.

Warnhinweise und Signalfarben

Andererseits schützt die Einhaltung dieser Vorgaben nicht unbedingt vor einer Haftung. Vielleicht hätte der

Hersteller sein Produkt ja noch sicherer gestalten können. Das ist dann die Stunde der Sachverständigen auf beiden Seiten. Und immer wieder der Vergleich mit den Produkten der Mitbewerber. Weisen diese Sicherungsvorkehrungen auf, so stellt sich die Frage, ob ich als sorgfältiger Hersteller nicht verpflichtet sein könnte, solche Einrichtungen zu übernehmen. Die Jury wird

Tipps zum USA-Markteintritt

- Wer sind die Abnehmer meines Produktes?
- Wer kommt mit dem Produkt in Berührung?
- Wie wird das Produkt eingesetzt beziehungsweise könnte es eingesetzt werden?
- Sind Probleme oder Missbräuche aus dem Markt bekannt?

hier eine nachvollziehbare Antwort erwarten.

Verbleibt trotz aller technischen Maßnahmen ein Restrisiko, muss der Hersteller hierauf ausreichend so hinweisen, dass die Warnungen den Nutzer auch tatsächlich erreichen. Hier ist die Abstufung nach „Caution“, „Warning“ und „Danger“ mit den entsprechenden Signalfarben zu beachten. Selbstverständlich sind Gebrauchs- und Bedienungsanleitungen klar, vollständig und genau abzufassen, gegebenenfalls auch in spanischer Sprache. Wichtig ist dann die weitere Beobachtung der Produkte nach dem Verkauf. Abschließend muss der deutsche Exporteur an den Versicherungsschutz denken. Hier wird es in der Regel zum Abschluss der Police über die amerikanische Tochtergesellschaft kommen.

Anwälte arbeiten auf Erfolgshonorarbasis

Neben den geschilderten Haftungsrisiken ist beim Markteintritt in den USA das amerikanische Verständnis gegenüber möglicherweise fehlerhaften beziehungsweise gefährlichen Produkten zu beachten. Anstelle der im deutschen Recht bekannten Beweislastumkehr zulasten des Herstellers gewährt der amerikanische Zivilprozess dem Kläger weitgehende Ermittlungsbefugnisse im Rahmen der sogenannten Pre-Trial Discovery. Hier sind dann von dem beklagten Unternehmen sämtliche mit dem Produkt in Zusammenhang stehenden Unterlagen einschließlich der internen

E-Mail-Korrespondenz herauszugeben, natürlich in elektronischer Form.

Bei der Bemessung des Schadens durch die Jury ist zwischen dem Vermögensschaden des Klägers und dessen immateriellem Schaden zu unterscheiden. Hier wird die Jury gegebenenfalls wesentlich höhere Beträge zusprechen, als dies etwa ein Schmerzensgeld nach deutschem Verständnis wäre. Kläger sind traditionell auch nicht krankenversichert und müssen daher die Behandlungskosten und Medikamente aus eigener Tasche bezahlen. Hinzu kommen die hohen Kosten für Anwälte, die in den USA auf Erfolgshonorarbasis arbeiten.

Versicherungsschutz nicht vergessen

Abschließend noch ein Wort zum in Deutschland nicht bekannten Strafschadenersatz (Punitive Damages). Dieser kann dann zugesprochen werden, wenn sich herausstellt, dass ein Hersteller mit Schädigungsabsicht oder zumindest grob fahrlässig das Leben oder die Gesundheit der Abnehmer seiner Produkte aufs Spiel setzt oder gegenüber staatlichen Stellen bewusst falsche Angaben gemacht hat. Verfassungsrechtlich soll der Strafschadenersatz nicht das Neun- oder Zehnfache des Schadens des Klägers übersteigen. Hier kann dann gegebenenfalls der Richter den Spruch der Jury korrigieren. Eine gründliche Vorbereitung, möglichst kombiniert mit einem Versicherungsschutz, kann die Risiken, die im Übrigen ja für alle Marktteilnehmer bestehen, deutlich reduzieren.

Tipps für den Versicherungsschutz

- Versicherungsschutz mit deutschem Versicherer muss vor dem Export vereinbart werden.
- Umfang des Versicherungsschutzes (beispielsweise für Freistellungen) gegenüber Händlern abklären
- Ansprüche auf Strafschadenersatz sind vom deutschen Versicherungsschutz grundsätzlich ausgeschlossen
- Anrechnung des Honorars des amerikanischen Anwalts auf die Versicherungssumme
- Beachtung des Claims-made-Prinzips in den USA

Der Versicherungsschutz ist ein sehr komplexes Thema und sollte unbedingt vorab mit dem deutschen Haftpflichtversicherer besprochen werden.



DER AUTOR



Werner Gaus

Rechtsanwalt, BRP Renaud und Partner,
Frankfurt

werner.gaus@brp.de



Philadelphia ist die sechstgrößte Stadt in den Vereinigten Staaten.

STANDORTWAHL

Guter Draht nach Philadelphia

Frankfurt und Philadelphia, die sechstgrößte Stadt der Vereinigten Staaten, sind seit vier Jahren Partnerstädte. Beide verfügen nicht nur über eine imposante Skyline, auch in der Branchenstruktur gibt es einige Parallelen.

Schon zwei Jahre, nachdem William Penn im Jahr 1681 Philadelphia, die Stadt der brüderlichen Liebe, gegründet hatte, kamen die ersten 13 deutschen Familien aus Krefeld in die Quäkerkolonie Pennsylvania. Nahe Philadelphia gründeten sie Germantown, die erste deutsche Kolonie in den USA, heute ein Vorort von Philadelphia. Pennsylvania war in kolonialer Zeit das wichtigste Siedlungsgebiet für deutsche Einwanderer. Schon früh gab es Verbindungen nach Frankfurt.

Mitte des 18. Jahrhunderts sorgte die Frankfurter Druckerei Egenolff Luther dafür, dass in Germantown die erste deutschsprachige Bibel gedruckt

werden konnte. Eines der Exemplare ist in der Dauerausstellung „Frankfurt Einst“ im Historischen Museum zu sehen. Auch Mitte des 19. Jahrhunderts



„Für das duale Modell muss bei den Unternehmen und den jungen Leuten noch Aufklärungsarbeit geleistet werden. Es ist in den USA einfach üblich, nach der High School auf das College zu gehen.“

Susanne Rehse, Geschäftsführerin, AHK Philadelphia



verzeichnete die Region eine große Einwanderungswelle aus Deutschland.

Städtepartnerschaft besiegelt

Vor knapp 30 Jahren, im September 1989, gründete eine Handvoll Unternehmen aus Philadelphia mit deutschem Mutterhaus oder starken geschäftlichen Verbindungen nach Deutschland die German American Business Association of Greater Philadelphia (Gaba). Fünf Jahre später ist die Organisation so groß und aktiv, dass sie als Zweigstelle der Deutsch-Amerikanischen Handelskammer New York in das Netzwerk der Deutschen Auslandshandelskammern (AHKs) integriert wird. Neben der Metropolregion Philadelphia ist die AHK heute auch für den Bundesstaat Delaware sowie den südlichen Teil des Bundesstaates New Jersey zuständig.

Seit 2015 sind Frankfurt und Philadelphia Partnerstädte und im gleichen Jahr ernannte die Unesco Philadelphia zur ersten Welterbestadt der USA. In der

Independence Hall wurden am 4. Juli 1776 die Unabhängigkeitserklärung und die Verfassung verabschiedet. Beide Städte nehmen in der Verfassungsgeschichte ihres Landes eine zentrale Bedeutung ein und auch ökonomisch gibt es interessante Parallelen.

Bedeutender Logistik-Hub

Finanzdienstleistungen und IT sind wichtige Säulen der Städte. Und im Industriesektor dominieren die Branchen Chemie, Medizintechnik, Pharma und Gesundheitswirtschaft. Philadelphia ist beispielsweise führend in der personalisierten Medizin und in der Transplantationschirurgie. Außerdem ist Philadelphia wie Frankfurt ein wichtiger Logistik-Hub. Im „Port of Philadelphia“ haben sich vier Häfen zusammengeschlossen, die sich als preisgünstige und leistungsstarke Logistikstandorte für die Ostküste anbieten. Anders als in Frankfurt sind die Kosten für Immobilien, Dienstleistungen und Arbeitskräfte in Philadelphia niedriger als in den benachbarten Metropolen.

Industrie interessiert sich für duale Ausbildung

Das Zukunftsthema für die Region Philadelphia ist nach Meinung von Susanne Rehse, Geschäftsführerin, AHK Philadelphia, die Ausbildung von Fachkräften in dualen Ausbildungsmodellen. „Wir sind aktuell dabei, dieses Modell mit Mitgliedsfirmen aus dem Industriebereich im Großraum Philadelphia zu entwickeln“, erläutert Rehse. Im Herbst sollen die ersten Auszubildenden starten, das Programm dauere drei Jahre und die Prüfungen seien die gleichen wie in Deutschland. Philadelphia hat eine starke industrielle Basis und benötigt genau diese Fachkräfte. Außerdem sind der Bundesstaat Pennsylvania und die Stadt Philadelphia an dem Modell sehr interessiert, da es für sozial schwächer gestellte Familien eine gute Alternative zum teuren College-Studium in den USA ist.



IHK ONLINE



Weitere Infos über die AHK Philadelphia:

<http://gaccphiladelphia.com>



DIE AUTORIN



Monika Goldbach

Referentin, International, IHK Frankfurt
m.goldbach@frankfurt-main.ihk.de

Mit Fünfzig durchstarten

Viele, die in der zweiten Hälfte des Berufslebens einen angestellten Job aufgeben, möchten noch mal etwas Neues wagen und sich als Unternehmer beweisen. Das Frankfurter Unternehmen Ihre Marktnische hilft ihnen dabei.

Foto: J lens Braune del Angel



Yani Neugebauer, Inhaberin, Ihre Marktnische: „Gerade aus den Softskills entsteht oft das Neue, was es am Markt noch nicht gibt.“

Wie startet einer aus dem Jahrgang „50 plus“ in das Unternehmerleben? „Das Wichtigste ist, ihnen Mut zu machen, dass da noch was geht,“ sagt Yani Neugebauer, Inhaberin des Frankfurter Beratungsunternehmens „Ihre Marktnische“. Neugründer um die 50 kennen sich meist sehr gut aus in dem Markt, in dem sie zuvor viele Jahre erfolgreich tätig waren, haben gute Netzwerke und Ideen, was sie besser machen könnten. Aber konfrontiert mit dem Start als Selbstständige stellt sich oft Unsicherheit ein: Was ist wirklich meine Expertise, welche Marktnische will ich besetzen, welche Ressourcen muss ich hinzuholen, als wer vermarkte ich mich,

wie ermittele ich den kundengemäßen Preis für meine Produkte oder Dienstleistungen?

Unentschlossenheit überwinden

Neugebauer ist in dem Alter, wo sie aus eigener Erfahrung weiß, wovon sie spricht. Nach einer Karriere in der Frankfurter Bankenwelt verschlug das private Glück sie ins Ausland. Dort beriet sie Partner von Expats, also von Managern auf Auslandsposten, bei der Gründung eines eigenen Geschäfts. Daraus entstand die Idee, dass sie diese Beratung zu ihrem eigenen Geschäft machen könnte. Zurück in Deutschland, baute

sie sich langsam einen Kundenstamm auf. „Zwei Jahre dauerte der Anlauf, dann lief es.“

Das Alter der Kunden ist weit gestreut, „der jüngste war Ende 20, die älteste über 70“. Was alle verbindet, ist die Suche nach dem Fokus für ihre Marktnische. Der Anspruch „Neustart 50 plus“ ist also eine griffige Formel, die weniger das Alter als vielmehr den Typus beschreibt. „Zu mir kommen Menschen, die Feuer und professionellen Ehrgeiz haben, aber noch nicht genau wissen, wie sie dies in eine passende unternehmerische Form bringen sollen.“

Neugebauer hat ihre Beratungsmethode weitgehend standardisiert, in drei Tagen sollte der Prozess in der Regel geschafft sein. „Viele, die im Büro meist keine ruhige Minute hatten, leiden zunächst darunter, dass sie von einem auf den anderen Tag im Leeren treiben und scheinbar den Anschluss verlieren.“ Als erster Schritt kommt daher das Überwinden der Unentschlossenheit. Sie bringt die Kunden dazu, aus den meist zahlreich vorhandenen, unterschiedlichen Fähigkeiten eine Schnittmenge zu ermitteln und dies auf einen Bedarf am Markt zu beziehen.

Softskills nicht vernachlässigen

Um die starken Felder einer Person zu finden, braucht es Intuition und Menschenkenntnis, aber auch ein Ziel und

die Fähigkeit, die wichtigen Signale herauszuhören. Neugebauer ist da konsequent: „Ich bin kein Psychologe, sondern ich führe meine Kunden systematisch zur Gründung auf Basis der eigenen persönlichen Stärken.“ Sie hat beobachtet, dass viele Menschen in dieser Situation zu sehr auf ihre professionellen Werkzeuge Wert legen, aber zu wenig auf ihre Softskills vertrauen: „Aus diesen entsteht aber oft das Neue, was es am Markt so noch nicht gibt.“

Von Anfang an auf das Kerngeschäft fokussiert

Als zweiten Schritt stellt Neugebauer die Aufgabe, eine Angebotsplanung für potenzielle Kunden zu erstellen. Als Drittes geht es an die Außendarstellung: Wie präsentiere ich mein Angebot, also kurz und prägnant, attraktiv, vermarktungsfähig? Zum Abschluss die vierte Etappe, das Verkaufsgespräch: „Nur wer beim Kunden überzeugt, holt den Auftrag.“

Der Erfolg dieses Prozesses sei unter anderem erkennbar, wenn der Neugründer die Frage nach seiner Berufsbezeichnung locker beantworten kann. „Manche sind zunächst befangen, sich

mit ihrem Leistungsangebot in den Markt zu stellen.“ Der Neugründer muss viele Hürden überwinden, subjektive und objektive. Damit er sich gleich von Beginn an auf sein Kerngeschäft konzentrieren kann, bietet Ihre Marktnische auch ein Paket für den Marktstart; dazu gehören unter anderem Logoentwicklung, Websitegestaltung oder Vorlagen für die Geschäftskorrespondenz. Aber anders als in einem großen Betrieb geht es nicht um Tausende von Kunden. „Der Selbstständige kommt meist mit einer Handvoll Aufträgen aus. Das ist oft eine kleinere Dimension als zuvor im großen Betrieb, kann aber sehr befriedigend sein.“

Inzwischen hat Neugebauer rund 500 Menschen beraten. Nicht allen gelingt der Schritt in die Selbstständigkeit. Manche finden eine neue Anstellung, wieder andere scheuen doch davor, sich als Selbstständiger in einer ungewissen Rolle zu bewähren. „Die Stärke kommt aus dem Fokus auf die wesentlichen Kompetenzen. Das bringt Erfolge, schützt aber nicht vor Niederlagen“, so Neubauer. Neustart mit 50 plus sei kein Zaubertrank, aber eine gute Methode, um ehemals angestellte Profis zu überzeugten Unternehmern zu machen.



KONTAKT

Ihre Marktnische

Wöhlerstraße 16
60323 Frankfurt
Telefon 069 / 71914961
E-Mail info@ihremarktnische.de
www.ihremarktnische.de



DER AUTOR



Reinhard Fröhlich

Geschäftsführer, Unternehmenskommunikation, IHK Frankfurt
r.froehlich@frankfurt-main.ihk.de

Abfluss zu?  Abfluss-AS! Hilft sofort zu jeder Zeit.

- Umfassende Beratung
- TV-Inspektion
- Dichtheitsprüfung
- Anlagen-Reparatur
- Rückstausicherung
- Liner-Reparaturen
- Hebeanlagen-Service
- Abfluss-Rohrortung
- Bestandsplan-Erstellung
- Abfluss-Rohrreinigung
- Individuelle Wartung
- Rigolen-Service

AA Abfluss-AS GmbH Arbeiten an Abflussanlagen

Rhein-Main-Zentrale
Länderweg 31-33 Ruf (0 69) 610 611
60599 Frankfurt am Main Fax (0 69) 620 861
www.abfluss-as-allianz.de frankfurt@aa-abfluss-as.de

AA Abfluss-AS GmbH

Gründung 1969 in Frankfurt/Main durch den 32-jährigen Dipl.-Kfm. Hans W. KNACKSTEDT, der auch die weitere Expansion unter der Flagge der Abfluss-AS-Allianz betrieb, und zwar in folgenden Städten: Berlin, Dresden, Köln, Mannheim und Saarbrücken.

Die operative Geschäftsführung der AA Abfluss-AS GmbH, Frankfurt/Main, obliegt seit 2018 Axel ACKERMANN, während Dr. KNACKSTEDT als Gesellschafter sich auf Aufsicht und Kontrolle beschränkt.

Seit 50 Jahren

Ihr guter Geist



in Stunden der Not.

Auch zur Geisterstunde.



Foto: Petra Menke

Nicola Krug, Vorstandsvorsitzende, und Jan Stöberl, stellvertretender Vorstandsvorsitzender, Schülerfirma Regames: „Wir brauchten ein Produkt, das sich gut vermarkten lässt.“

REGAMES, KELKHEIM

Unternehmer auf Zeit

Spielerisch die Heimat entdecken, dabei viel Neues lernen und Spaß haben: Das ist die Geschäftsidee von Regames. Die Schülerfirma der Eichendorffschule in Kelkheim entwickelte hierzu ein Brettspiel mit regionalem Bezug.

Wirtschaftswissen durch Learning by Doing vermitteln, Unternehmertum in echt erleben – das sind seit 25 Jahren zentrale Ziele der Junior-Programme des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln. Schüler gründen dabei ihr eigenes, zeitlich befristetes Start-up und simulieren binnen eines Schuljahres den Lebenszyklus eines Unternehmens. Und nicht nur das: Die jungen Gründer messen sich in Wettbewerben mit anderen Schülerfirmen. So setzten sich 13 Zehntklässler der Eichendorffschule in

Kelkheim mit ihrem Start-up Regames im April beim Junior-Landeswettbewerb gegen neun Konkurrenten durch.

Suche nach der passenden Geschäftsidee

„Als wir unser Unternehmen nach den Sommerferien gegründet haben, mussten wir erst einmal brainstormen, da wir noch keine erfolversprechende Geschäftsidee hatten“, erzählt Nicola Krug, Vorstandsvorsitzende der Schülerfirma

Regames. „Wir brauchten ein Produkt, das sich gut vermarkten lässt.“ Gleichzeitig sei dem Team aber als Gegenpol zur weltweiten Digitalisierung der regionale Aspekt von Anfang an wichtig gewesen. „Zwei Studien haben uns dann auf die Produktidee gebracht: 62 Prozent der Deutschen spielen gerne Gesellschaftsspiele, und 85 Prozent bezeichnen sich als heimatverbunden“, sagt Jan Stöberl, stellvertretender Vorstandsvorsitzender. „Mit einem Brettspiel über den Main-Taunus-Kreis woll-

ten wir diese beiden Komponenten vereinen.“

Damit beim Junior-Wettbewerb alle dieselben Chancen haben, bilden 90 Aktien, die zum Preis von je zehn Euro verkauft werden, das jeweilige Startkapital. Das ist nicht viel, auch nicht für eine Schülerfirma. Als die Druckkosten für das Würfelspiel auf dem Tisch lagen, „mussten wir das Spielkonzept überarbeiten und an unsere finanziellen Möglichkeiten anpassen“. Zudem begann für die Schüler in den Weihnachtsferien die Sponsorensuche. „Das war sehr anstrengend“, resümiert Krug. „Und leider haben wir erst zu spät den Tipp bekommen, dass man potenziellen Sponsoren immer drei Packages anbietet und dann meistens nicht das teuerste oder billigste, sondern das mittlere Paket genommen wird“, so Stöberl.

Spaß, Spannung, Bildung

„Wir wollten die Straßen und Autobahnen des Main-Taunus-Kreises als Wegenetz für unser Spiel nehmen“, erklärt Stöberl. Die bunten Spielfiguren können aber trotzdem kurze Abstecher in die Landeshauptstadt Wiesbaden, die benachbarten Landkreise oder nach Frankfurt unternehmen. Einen ideellen Unterstützer fand das Regames-Team in Frank Heeren, Geschäftsführer von Feuerland Spiele, Eppstein. „Er hat uns wertvolle Hinweise gegeben, wie man das Spiel noch spannender macht“, sagt Krug. Doch nur Spaß und Spannung war den Spieleerfindern zu wenig: „Der Bildungsaspekt sollte in das Konzept integriert werden.“

So haben die Schüler 110 Quizkarten mit Fragen rund um den Main-Taunus-Kreis (MTK) erarbeitet: Welche Bundesbehörde hat eine Außenstelle in Eschborn? Wie hoch ist der Waldanteil im MTK? Wie viele Menschen kommen täglich zum Arbeiten in den MTK? Wie hoch ist die Wohneigentümerquote im MTK? Wer auf ein dunkelgrünes Feld kommt, muss diese und andere Fragen

beantworten. Dann gibt es noch die hellgrünen Aktionsfelder. Wer beispielsweise eine Drei würfelt, steht im Stau und muss eine Runde aussetzen. Bei einer Sechs darf der Spieler durchstarten. In der Spielanleitung heißt es dazu: „Der Äpfelwoi aus Kriftel gibt Dir neue Kraft“. Wer die meisten Karten gesammelt und somit Fragen richtig beantwortet hat, gewinnt die Spielrunde.

Von der Schülerfirma zum Unternehmen

Die 500 Exemplare des Heimatspiels Regames sind mittlerweile verkauft, die Schülerfirma hat ihr Umsatzziel erreicht. „Im vergangenen Jahr haben wir extrem viel gelernt“, sagt Krug. Es mussten Geschäftsberichte erarbeitet, ein Corporate Design entwickelt, eine Homepage mit Onlineshop programmiert und die Hauptversammlungen für die Aktionäre vorbereitet werden. „Zum Ende hin hatte sich eine festere Unternehmensstruktur entwickelt und die Aufgaben waren klarer verteilt“, so Stöberl. Nach den Sommerferien werden die Gewinne an die Aktionäre ausgeschüttet und die Schülerfirma auf einer Hauptversammlung aufgelöst.

Wie im richtigen Unternehmerleben musste die Schülerfirma jüngst auch mal einen Rückschlag wegstecken. Bei der Teilnahme am Junior-Bundeswettbewerb in Berlin schaffte es Regames nicht wie erhofft aufs Siegertreppchen. Immerhin fuhren die Kelkheimer Jungunternehmer mit einem Sonderpreis für die beste Website wieder nach Hause. Doch wie es scheint, denkt das Team schon einen Schritt weiter. „Das Spielkonzept steht und lässt sich ebenso wie der Spielname Regames, der für Regional Experience Games steht, auf Landkreise und Großstädte in ganz Deutschland übertragen“, so Krug. Nach den Sommerferien wollen sie durchstarten und ein eigenes Unternehmen gründen. Auf der Agenda stehen zunächst Regames-Spiele für den Hochtaunuskreis und die Mainmetropole Frankfurt.



KONTAKT



www.regames-junior.de



regames.junior@web.de



[@regames junior](https://www.facebook.com/regamesjunior)



[@regames.junior](https://www.instagram.com/regames.junior)



IHK ONLINE

Weitere Infos über die Junior-Programme des Instituts der deutschen Wirtschaft, die vom Bundeswirtschaftsministerium gefördert werden:

www.junior-programme.de



DIE AUTORIN



Petra Menke

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



Fotos: Lochmühle

Die zweite und dritte Führungsgeneration im Freizeitpark Lochmühle (v.l.): Carsten Meyer, Andreas Meyer, Christine Zwermann-Meyer, Geschäftsführerin, und Anna Meyer, Inhaberin Gastronomiebetriebe.

LOCHMÜHLE, WEHRHEIM

Kurzurlaub vor der Haustüre

Wohl jeder, der in der RheinMain-Region aufgewachsen ist, kennt die Lochmühle in Wehrheim von Besuchen mit seinen Eltern oder Großeltern. Das Nebeneinander von Fahrgeschäften und Tierhaltung macht den Freizeitpark zu etwas ganz Besonderem.

Theo Zwermann, der Vater der heutigen Geschäftsführerin Christine Zwermann-Meyer, ist im Hotel- und Gaststättenbetrieb Lochmühle seiner Eltern aufgewachsen. Um die Wende zum 20. Jahrhundert kamen viele Leute aus der Stadt, um die Sommerfrische auf dem Land zu genießen. Seine Eltern hatten damals außerdem die angrenzende Jagd gepachtet. Nicht selten wurden die Gäste mit Pferdekutschen ins

Jagdhaus gefahren, um zum Schuss auf das jeweilige Wild zu kommen.

Vom Ponyhof zum Freizeitpark

„Mein Vater kümmerte sich in dieser Zeit mit großer Leidenschaft um die Pferde, half aber auch gerne bei der Gästebetreuung“, erzählt seine Tochter. Während sich seine Geschwister irgendwann aus dem Hotel- und

Gaststättenbetrieb zurückzogen, übernahm er immer mehr Verantwortung. Mit 42 Jahren entschloss er sich, zu heiraten und bekam mit seiner Frau drei Kinder. Die Familie lebte und arbeitete geschlossen für die Landwirtschaft und Viehzucht der Lochmühle. „Uns Kindern machte die Arbeit Spaß, wir wurden nie zu etwas gezwungen, hatten aber alle unsere festen Aufgaben, die es zu erledigen galt“, erinnert sich seine Tochter.



Der Gründer des Freizeitparks: Theo Zwermann (I.).

Da ihm Pferde schon immer am Herzen lagen und er aus gesundheitlichen Gründen etwas kürzer treten musste, entschied er sich 1969, eine reine Ponyzucht aufzumachen, was er zum Januar 1970 dann auch umsetzte. „Der Plan war zunächst, die Fohlen zu verkaufen. Dies brachte er aber nicht übers Herz – und so zog er sie alle groß und etablierte einen Pferdehof mit über 100 Ponys“, so Zwermann-Meyer. Besonders junge Mädchen aus der Nachbarschaft schätzten die Möglichkeit, mit den Ponys ins angrenzende Gelände auszureiten.

1976 entstand oberhalb der Lochmühle eine Schnellstraße. „Die Straße durchtrennte unser Waldgebiet und wir konnten nicht mehr ins Gelände reiten“, sagt die Geschäftsführerin. Ihr Vater wurde erfinderisch und fing an, Grill- und Reitplätze anzulegen und Spielgeräte aufzubauen: „Dies war der Grundstein der Lochmühle, wie die Besucher sie heute kennen.“ Zwermann-Meyer übernahm 1992 die Geschäftsführung, als ihr Vater 65 Jahre alt wurde. Vier Jahre später trennte er sich von dem Land und seine drei Kinder wurden zu Eigentümern.

Familienunternehmen in vierter Generation

Ihr Bruder übernahm schon bald einen anderen Freizeitpark in Steinau, ihre Schwester kümmerte sich, bis zu ihrer Rente vor drei Jahren, um die Gas-

tronomie in der Lochmühle. Zwermann-Meyer hat ebenfalls drei Kinder, zwei Söhne und eine Tochter, die auch mit der Lochmühle groß geworden sind und sich heute keinen anderen Arbeitsplatz vorstellen können. Ihre Tochter ist gelernte Hotelfachfrau und in die Fußstapfen ihrer Tante getreten. Sie ist heute für das komplette gastronomische Angebot im Park zuständig. Ihre Söhne sind gelernte Konstruktionstechniker und Agrarwirtschaftler. „Meinem Mann und mir war es wichtig, dass unsere Kinder eine Ausbildung machen. Welche Berufe sie erlernen, war uns egal. Dass sie nun alle im Park benötigten Bereiche abdecken, ist großartig“, freut sie sich.

Die Saison beginnt in der Regel mit Beginn der Osterferien und endet nach den Herbstferien. Die Wintersaison nutzt die Familie für Instandhaltungen und Wartungsarbeiten. Die Lochmühle hat 20 Angestellte, die das ganze Jahr im Park arbeiten. Während der Saison beschäftigen sie bis zu 150 Mitarbeiter. Ausgebildet hat die Lochmühle bisher noch nicht, da sie keine feste Berufssparte anbieten können. „In der Gastronomie macht uns die Saisonarbeit einen Strich durch die Rechnung, da ein Azubi auch in den Wintermonaten einen festen Platz haben muss“, so Zwermann-Meyer. Das könne im Unternehmen nicht gewährleistet werden. Für die kommenden Jahre kann sie sich jedoch vorstellen, dass



KONTAKT

Freizeitpark Lochmühle
 61273 Wehrheim
 Telefon 061 75/79 00 60
 E-Mail info@lochmuehle.de
 www.lochmuehle.de

ihr Sohn im Bereich Tierpflege ausbilden wird.

Naturerlebnisse für Jung und Alt

Die Lochmühle hat an 210 Tagen pro Jahr geöffnet und jährlich etwa 300 000 Besucher. Durch die Grillplätze, an denen die Selbstverpflegung ganz bewusst erwünscht ist, erhöht sich die durchschnittliche Verweildauer der Gäste. „Zum einen haben wir nicht die gastronomischen Kapazitäten, 3000 Gäste an einem Tag zu verpflegen, zum anderen geben wir ihnen die Freiheit, nichts kaufen zu müssen“, erklärt Zwermann-Meyer. Das Motto für die kommenden Jahre ist Beständigkeit. Natur erleben in Kombination mit Spiel und Spaß soll das Konzept der Lochmühle bleiben.



DIE AUTORIN



Elisa Pohland
 Referentin, IHK-Geschäftsstelle
 Hochtaunus/Main-Taunus
e.pohland@frankfurt-main.ihk.de



Baumann Immobilien

Baumann Immobilien hat sich auf den Verkauf, die Vermietung und Marktbewertung von Wohnimmobilien in Frankfurt und dem RheinMain-Gebiet spezialisiert. Das im Frankfurter Nordend ansässige Unternehmen wird seit dieser Zeit vom Inhaber Bernd Baumann persönlich geführt. Gemeinsam mit seinen Mitarbeitern bietet Geschäftsführer Bernd Baumann seinen Kunden einen umfassenden Service mit individueller Betreuung rund um die Immobilie.



Foto: Baumann Immobilien



Alt-Oberurseler Brauhaus

Hessens einzige Brauerei mit Standesamt



Foto: Brauhaus Oberursel

Das Alt-Oberurseler Brauhaus zählt zu den 50 besten Dorfgasthäusern Hessens und den 40 besten Bierlokalen Deutschlands. Die heutigen Räumlichkeiten wurden bereits 1723 erbaut, damals

unter dem Namen Pfeiffisches Haus bekannt, Herrnsitz des Herrn Pfeiff, eines Hofkammerrats aus Mainz. Nach seinem Tod wurde das Haus von der Metzgerfamilie Braun übernommen, die dort über viele Generationen eine Gaststätte führte. In dieser Zeit hatte das Lokal viele Namen, wie zuletzt Zum Deutschen Haus. Seit 1994 heißt es Alt-Oberurseler Brauhaus unter der Leitung von Thomas Studanski, steht unter Denkmalschutz und ist nicht nur Restaurant, Biergarten und Eventlocation, sondern auch Hessens einzige Brauerei mit Standesamt.

DIENSTJUBILÄEN IM JULI

45 Jahre

Rainer Schneider, Albin Stapf, Frankfurt

40 Jahre

Birgit Winterhalter-Spee, [Deutscher Fachverlag](#), Frankfurt
Jürgen Müller, [Müller+Co](#), Schmitten

30 Jahre

Alexandros Zaras, [Autohaus Marnet](#), Königstein

25 Jahre

Ali Yueksektepe, [A&R Carton Frankfurt](#), Krieffel
Franz Krack, [Müller+Co](#), Schmitten
Natascha Schmidt, [The Bank of New York Mellon](#), Frankfurt
Herbert Jost, Elke Sorg, [Commerzbank](#), Frankfurt

DIENSTJUBILÄEN IM AUGUST

40 Jahre

Peter Kley, [Deutscher Fachverlag](#), Frankfurt
Calogero D'Antoni, [Müller+Co](#), Schmitten
Wolfgang Löber, [Klinke Optik](#), Oberursel

35 Jahre

Maria Schulz, [Deutscher Fachverlag](#), Frankfurt
Michael Müller, [Autohaus Marnet](#), Königstein

25 Jahre

Thorsten Kern, [A&R Carton Frankfurt](#), Krieffel
Bernd-Michael Jacob, [Samson Mess- und Regeltechnik](#), Frankfurt
Sonja Ramos Buseck, [Commerzbank](#), Frankfurt
Christoph Cieselak, [Autohaus Marnet](#), Königstein
Christos Grigoroudis, [Hetra Heinrich Hettler Spedition – Spezialtransporte](#), Frankfurt

FIRMENJUBILÄUM

80 Jahre

Aviteq [Vibrationstechnik](#), Hattersheim

Feiern Sie ein Firmenjubiläum?

Veröffentlichung im IHK WirtschaftsForum

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.



AA Abfluss-AS

Auf einer Englandreise in 1968 entdeckte Dr. Hans W. Knackstedt die bis dato in Westdeutschland noch unbekanntes Branche des Drain Cleanings, also der Abfluss-Rohrreinigung. Im April 1969 gründete der Diplom-Kaufmann in Frankfurt die Firma H. W. Knackstedt Rohrreinigungsdienst. Der 24-Stunden-Kanalreinigungsdienst erwies sich als Marktlücke, das Unternehmen expandierte schnell. Es wurde in Abfluss-AS Frankfurt umbenannt und entwickelte sich Schritt für Schritt zu einem Spezialdienstleister und gehört heute der Abfluss-AS-Allianz an. Zu den Dienstleistungen zählen neben der klassischen Abfluss-Rohrreinigung unter anderem auch Wartungen, Dichtheitsprüfungen, TV-Inspektionen, Rückstausicherungen und individuelle Beratungen.



Consolar Solare Energiesysteme

Die Geschäftsführung eint die Vision einer 100-prozentig regenerativen Energieversorgung

Foto: Consolar



Die Consolar-Geschäftsführung (v.l.): Dr. Ulrich Leibfried, Andreas Siegemund, Hans Stork.

Consolar Solare Energiesysteme ist einer der technologisch führenden Anbieter im Bereich hoch effiziente Heizsysteme in Verbindung mit Wärmepumpen und Solarenergie. Das 1994 von Dr. Ulrich

Leibfried, Hans Stork und Andreas Siegemund mitgegründete Unternehmen entwickelt und vertreibt innovative Komponenten und Systeme in Verbindung mit Konzepten zur Wärme- und Stromversorgung in Europa. Mit den umweltschonenden, vielfach patentierten Lösungen des Frankfurter Unternehmens kann die Gebäude-Wärmeversorgung ausschließlich mit erneuerbaren Energien und nahezu CO₂-emissionsfrei erfolgen. Seit seiner Gründung stehen neben ethischem Engagement hohe Investitionen in Forschung und Entwicklung im Fokus des Unternehmens. Consolar ist in zehn europäischen Ländern vertreten.



PRE Unternehmens- und Personalberatung

Die PRE Unternehmens- und Personalberatung aus Hattersheim wurde 1994 von Reinhard Herden (r.) gegründet und versteht sich seitdem als Ansprechpartner für Unternehmen in allen Fragen der Personalgewinnung. Zusätzlich werden noch individuelle Karriereberatungen, Bewerbertrainings und Seminare angeboten. Das persönliche intensive Kennenlernen von Unternehmen und Bewerbern ist seit Beginn an wegweisend für den Erfolg des Unternehmens. Unterstützt wird Herden in der Geschäftsleitung von seinem Prokuristen Philipp Rügner (l.).



Foto: PRE



Taunus Investments

Geschäftsführung erwartet starkes Wachstum im Bereich nachhaltiger Kapitalanlagen

Die in Bad Homburg ansässige Taunus Investments gehört, obwohl erst 25 Jahre am Markt, zu den ältesten unabhängigen Vermögensverwaltern in Deutschland. Notwendig ist hierzu seit 1998 eine Lizenz der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht. Mit seinem Team von Wertpapier-spezialisten betreut der geschäftsführende Gesellschafter, Sven Gundermann (2. v. r.), etwa 250 Kunden, deren Vermögen sich auf einen dreistelligen Millionenbetrag beläuft. Für die nächsten Jahre geht die Gesellschaft von einem starken Wachstum im Bereich nachhaltiger Kapitalanlagen aus.



Foto: Taunus Investments

Das Gesicht wahren

Ein Gespräch mit Dr. Gabi Kratochwil, Inhaberin, Cross Cultures, Frechen, über die besonderen kulturellen und kommunikativen Herausforderungen beim Aufbau und der Pflege von Geschäftsbeziehungen in der arabischen Welt.

Frau Dr. Kratochwil, warum ist interkulturelle Kompetenz so wichtig? Interkulturelle Kompetenz ist eine Grundvoraussetzung für erfolgreiches Agieren im globalen Geschäft, so auch im arabischen Raum: Wie tickt der Markt, wie ticken die Menschen, welche Erwartungen werden an mich gestellt? Es ist wichtig, sich dafür zu sensibilisieren und sich gezielt mit den jeweiligen Gegebenheiten auseinanderzusetzen. Der arabische Raum ist sehr vielfältig. Es gibt zahlreiche Unterschiede zwischen den einzelnen arabischen Ländern und ihren Märkten. Als Geschäftspartner sollte man dies wissen und verstehen, um erfolgreich handeln zu können.



Foto: Gettyimages / Jasmin Merdan

„Fly in, fly out wird nicht gerne gesehen“

Was sind die größten Unterschiede zwischen Deutschland und dem arabischen Raum?

Die Unterschiede beginnen bereits bei den Geschäftsanbahnungen, die in

arabischen Ländern vor allem auf der persönlichen Ebene stattfinden. Man möchte sein Gegenüber kennen, verstehen und eine Beziehung aufbauen, um dann langfristige Geschäfte zu planen. Präsenz vor Ort, das Knüpfen persönlicher Netzwerke sowie Kontinuität im Kundenkontakt sind unabdingbare Voraussetzungen für den Erfolg vor Ort. Fly in, fly out wird nicht gerne gesehen.

Dann ist also die deutsche Packen-wir-es-an-Mentalität nicht unbedingt die richtige. Sind daran schon Geschäftsbeziehungen gescheitert?

Es ist wichtig, auch bei Kontroversen das Gesicht zu wahren. Unsere oft als sehr direkt empfundene Feedbackkultur

TIPPS FÜR DIE PRAXIS

- Aufbau persönlicher Beziehungen und eines lokalen Netzwerks; Präsenz vor Ort
- Geduld, Flexibilität und Kontinuität im Kontakt
- Gesicht wahren
- Tailor-made Solutions anbieten
- Die arabische Welt ist kein homogener Block; landesspezifische Vorbereitung ist daher unerlässlich

kann das Gegenüber schnell verletzen. Diplomatie und Geduld sind gefragt. Es wird zudem vor Ort sehr geschätzt, wenn man die jeweiligen nationalen Reformpläne kennt und sein Produkt oder seine Dienstleistung in diesen Kontext

Wie sieht es für Frauen aus? Haben sie mit besonderen Schwierigkeiten zu rechnen?

Ich habe die Erfahrung gemacht, dass mehr Wert auf Kompetenzen als auf das Geschlecht gelegt wird. Und auch die



„In der arabischen Welt werden die typisch deutschen Eigenschaften wie Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit sehr geschätzt.“

Dr. Gabi Kratochwil, Inhaberin, Cross Cultures

stellt. Beispiel Saudi-Arabien: Die Vision 2030 setzt vor allem auf Lokalisierung. Hier haben deutsche Anbieter mit ihrem hoch geschätzten Know-how hervorragende Chancen. Zudem sollte man sich vorher über politisch heikle Themen und Binnenkonkurrenzen informieren.

Gibt es denn für Deutsche beim Aufbau von Geschäftsbeziehungen mit arabischen Partnern auch Vorteile?

In der arabischen Welt werden die deutsche Mentalität beziehungsweise die typisch deutschen Eigenschaften wie Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit sehr geschätzt. Deshalb sollten die Erwartungen daran auch erfüllt und als ein Verkaufsargument kommuniziert werden.

arabische Welt befindet sich derzeit im Wandel. Immer mehr Frauen übernehmen Führungspositionen, jedes dritte Start-up wird inzwischen von einer Frau geleitet. Trotzdem sollte man sich auf vermeintliche Widersprüche einstellen: Wenn ich mit einem weiblichen CEO verhandle, könnte dies durchaus in traditioneller Kleidung mit Schleier passieren. Warum auch nicht?

Ein Tipp von Ihnen für jeden Reisenden, egal ob privat oder geschäftlich? Beziehungsorientierung, Flexibilität und Geduld zahlen sich vor Ort aus. Gastfreundschaft ist, ob privat oder geschäftlich, ein zentraler Aspekt der arabischen Kultur und Basis jeder erfolgreichen Geschäftsbeziehung.

IHK-Workshop

Erfolgreiche Kommunikation mit arabischen Geschäftspartnern

Donnerstag, 29. August, 9 bis 17 Uhr, IHK Frankfurt

Vermittelt werden nicht nur grundsätzliche Verhaltensmuster und Kommunikationsstrategien, sondern auch zahlreiche Tipps für die Vorbereitung und Durchführung eines erfolgreichen geschäftlichen Engagements in arabischen Ländern. Die Teilnahme kostet 190 Euro. Programm und Anmeldung: www.frankfurt-main.ihk.de/veranstaltungen



INTERVIEW



Michael Fuhrmann

Leiter, Referat Mittlerer Osten und Afrika, IHK Frankfurt

m.fuhrmann@frankfurt-main.ihk.de



FRANKFURTER AUSSENWIRTSCHAFTSKALENDER

Internationaler Stammtisch

Sommerpause im Juli und August, ab September wieder jeweils am ersten Montag des Monats, 19 Uhr, Telefon 069/21 97-1359, www.newcomers-network.de

Marketing und Vertrieb im US-Markt

Dienstag, 10. September, 10 bis 15 Uhr, IHK Frankfurt, Telefon 069/21 97-1294

Lateinamerikatag

8. und 9. Oktober, ganztägig, IHK Frankfurt, Telefon 069/21 97-1294

USA-Workshop: Update Recht

Dienstag, 19. November, 10 bis 13 Uhr, IHK Frankfurt, Telefon 069/21 97-1294



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

Die Teilnahme an den Veranstaltungen ist teilweise gebührenpflichtig.

Digital Hände schütteln

Über eine Milliarde Nutzer teilen auf Instagram Videos und Bilder. Für viele mittelständische Unternehmen ist die Plattform längst unverzichtbarer Bestandteil des Social-Media-Marketings geworden.

Foto: Gettyimages/Tomica-Design



Auf Instagram kommt bald die integrierte Bezahlungsfunktion und verwandelt die soziale Plattform effektiv in einen Vertriebskanal. Der Facebook-Ableger hat sich endgültig in den Reihen der zehn größten sozialen Netzwerke etabliert und ist spätestens jetzt zumindest für das Endkundensegment nicht mehr aus dem Marketingmix wegzudenken. Denn was privat konsumiert und genutzt werden kann, findet auch seinen Platz auf Instagram. Lifestyle, Fashion und Sport generieren dort den größten Anteil an Inhalten – der Bereich Mode allein ein Viertel der Posts. Die höchsten Interaktionsraten verzeichnet jedoch das vergleichsweise nüchterne Nischensegment höhere Bildung.

Auch hier gilt: Der erste Eindruck zählt

Der späte Einstieg in ein großes Netzwerk schüchtert ein. Nach erfolgreicher Registrierung bei Instagram grüßt auf der noch leeren Profilseite die bedrohliche Null hinter „Beiträge“ und „Abonnenten“. Die ersten Aufgaben des Neumitglieds liegen auf der Hand: das Profil zu befüllen, um Besuchern den möglichst attraktiven Ersteindruck zu ermöglichen, und die Akquise eines ersten Kontingents an Followern. Bei der Profilgestaltung gilt es, keine Vorteile zu verspielen. In Name und Benutzername (respektive Unternehmensname und Instagram-Handle mit @) können ebenso relevante Schlagwörter platziert werden wie in der kurzen Profilbeschreibung. Der Profillink, der in aller Regel auf die

Zahlen und Fakten

- Eine Milliarde monatlich aktive Nutzer und 500 Millionen täglich aktive Nutzer machen Instagram zum zweithäufigst genutzten Netzwerk nach Facebook.
- Experten schätzen, dass Instagrams Werbeeinnahmen in 2019 die Zehn-Milliarden-Dollar-Marke erreichen.
- Jeden Tag werden 95 Millionen Posts geteilt und 3,5 Milliarden Likes vergeben.
- Die größte demografische Gruppe sind Männer zwischen 18 und 24; 90 Prozent der Nutzer sind jünger als 35.
- Die Marke mit den meisten Followern (neben Instagram selbst) ist National Geographic (109 Millionen). Die Person mit den meisten Followern ist derzeit Cristiano Ronaldo (167 Millionen).

Foto: Picture-Alliance / Zuma Press



Fußballer Cristiano Ronaldo hat bei Instagram momentan weltweit die meisten Follower.

eigene Website führt, ist die einzige Möglichkeit, einen externen Link zu setzen, bis 10000 Follower erreicht sind, und ist daher Pflicht.

Gewappnet für Besucher, können jetzt getrost bestehende Kunden und Interessenten angelockt werden: durch Hinweise im Newsletter und der E-Mail-Signatur, Links auf Website und Facebook, gegebenenfalls durch einen Aushang im Schaufenster. Wichtig ist, darauf hinzuweisen, was die Besucher davon haben, dem Instagram-Account zu folgen. Dann sieht das Profil schon bald wohnlicher aus, auch wenn auf spezielle Incentives wie Gewinnspiele zur Feier des neuen Kanals verzichtet wird.

Beziehungen aufbauen und pflegen

Im nächsten Schritt gilt es, aktiv zu werden, um sich einen Platz in der Gemeinschaft zu erarbeiten. Wer erfolgreiches Social-Media-Marketing betreiben will, taucht nicht nur auf, um Inhalte abzuladen und Erwähnungen abzuarbeiten. Er baut Beziehungen auf, nimmt an Gesprächen teil und macht sich einen Namen – ähnlich dem ehrgeizigen Neuling, der in Verein oder Dorfgemeinschaft Hände schüttelt. Ein guter Anfang: Accounts mit verwandten Themen zu folgen. Denn Gegenstand des Instagram-Accounts ist selten das Produkt

oder die Dienstleistung an sich, sondern vielmehr das größere Thema, in die das Angebot sich einordnet.

Wer Outdoor-Bekleidung vertreibt, erforscht die Hashtags rund um Hiking und Natur, folgt Anbietern von Bergtouren, schließt Bekanntschaft mit den passionierten Skifahrern, Mountainbikern und Freizeitreitern, die online ihre Hobbys dokumentieren. So entstehen auch erste Bekanntschaften mit besonders einflussreichen Nutzern, die für Werbekooperationen infrage kommen könnten – die sogenannten Influencer.

Aufgepasst: Nach 24 Stunden wird gelöscht

Derweil erwecken eigene Posts und regelmäßige, idealerweise tägliche Updates den eigenen Account zum Leben. Dabei darf vor allem die flüchtige Natur der Inhalte auf Instagram nicht unterschätzt werden. Nur regelmäßige Posts und wiederholte Erwähnungen auch desselben Produkts ermöglichen es, von einer ausreichenden Zahl an Nutzern wahrgenommen zu werden. Eines der Postingformate – die sogenannte Instagram-Story – wird sogar nur 24 Stunden lang angezeigt, bevor sie sich löscht. Das zwingt die Community, das Netzwerk öfter zu besuchen, um auf dem Laufenden zu bleiben, und immer neue Inhalte zu produzieren. Vorteilhaft ist, dass sich der Planungs- und Produktionsaufwand für Story-Inhalte in erheblich engeren Grenzen hält, denn sie haben nicht die Verbindlichkeit typischer permanenter Internetbeiträge.

Das Vermeiden von Werbung, gute Bildunterschriften und Hashtags sind für den erfolgreichen Instagram-Auftritt Pflicht, die Bereitstellung von Live-Content und das Aufhübschen der Beiträge, zum Beispiel via Filter, Kür. Wer jetzt noch durch Gespräche, Wettbewerbe oder Giveaways die Interaktion mit den Followern ankurbelt und immer wieder die Nützlichkeit seiner Inhalte hinterfragt, ist bereits auf dem besten Weg zum Erfolg.



IHK ONLINE



Was es bei Instagram und der Kooperation mit Influencern zu beachten gibt, verraten die BIEG-Leitfäden „Instagram für Einsteiger“ und „Influencer Marketing“. Download unter:

www.bieg-hessen.de/leitfaeden



DIE AUTORIN



Angelika Niere

Referentin, BIEG Hessen,
c/o IHK Frankfurt
a.niere@bieg-hessen.de

Cybersicherheit ist Chefsache

Ein Gespräch mit Arne Schönbohm, Präsident, Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI), über die Gefahr von Cyberangriffen und wie Unternehmen im Ernstfall richtig reagieren.

Foto: Amin Akhtar



Arne Schönbohm, BSI-Präsident: „Das regelmäßige Sensibilisieren der Belegschaft ist ein Muss.“

Herr Schönbohm, wie sehr sind kleine und mittelgroße Betriebe gefährdet?

Cyberangriffe können jeden treffen, unabhängig von der Größe eines Unternehmens. Jedoch ist gerade der Mittelstand ein beliebtes Ziel von Angreifern, weil dort sehr viel Know-how vorhanden ist, das für Außenstehende lukrativ ist. Gleichzeitig haben zahlreiche Firmen immer noch Nachholbedarf bei der Cybersicherheit. Informationen zu Angriffsmethoden und Schutzmaßnahmen stellt das BSI im Rahmen der Allianz für Cybersicherheit zur Verfügung.

Wie sehr ist dabei die Geschäftsführung gefragt?

Viele Unternehmensleitungen sehen die Chancen der Digitalisierung, überlassen deren Risiken aber ihrer IT-Abteilung,

sofern diese existiert. Das ist der falsche Ansatz. Die Digitalisierung, die wir alle wollen und von der die Unternehmen profitieren, wird nur dann erfolgreich sein, wenn auch für das nötige Maß an Informationssicherheit gesorgt ist. Die Geschäftsführung muss diesen Teil deswegen im Rahmen des regulären Risikomanagements mitbetrachten, Risikoanalysen machen und entsprechende Schutzmechanismen etablieren. Das betrifft das Unternehmen, aber auch dessen Produkte.

Was sollte die Chefetage hier zugunsten eines Verbesserungsprozesses anstoßen?

Entscheidend ist, den Ist-Zustand zu analysieren, Ziele zu formulieren und daraus entsprechende Prozesse und

Praxistipps

Die große Mehrheit der Unternehmen in Deutschland setzt bei ihrer IT auf externe Dienstleister. Insbesondere kleinere Unternehmen greifen bei Bereitstellung, Betrieb und Wartung ihrer IT-Infrastruktur oder zur Lösung alltäglicher IT-Herausforderungen auf externe IT-Experten zurück. Doch gerade für diese Unternehmen, die zudem häufig über keine eigenen IT-Fachkräfte verfügen, ist es wichtig, auf vertrauenswürdige Dienstleister zuzugreifen und die Prozesse mit Dienstleistern klar zu regeln. Tipps dazu gibt es hier: www.ihk.de/it-sicherheits-kriterien

Maßnahmen abzuleiten und umzusetzen. Es gilt, ein Informationssicherheitsmanagement aufzusetzen.

Was raten Sie, wenn es darum geht, wertvolle Firmeninfos zu schützen?

Zuerst einmal sollte der Unternehmer oder die Geschäftsführung wissen, was die wichtigen Daten sind. Dies ist Teil der zuvor genannten Analyse, die sich dann in entsprechenden Schutzmaßnahmen niederschlägt. Neben rein technischen gehören auch personelle und organisatorische Maßnahmen zu einem sinnvollen Schutzkonzept.

Wie sollte die Geschäftsführung die Beschäftigten auf Hackerangriffe vorbereiten?

Das regelmäßige Sensibilisieren der Belegschaft ist ein Muss. Wie dies

Datensicherheit – kurz und knapp

Industriespionage, Hackerangriffe, Phishing: Der Cyberkriminalität stehen viele Einfallstore offen. Was Unternehmen beachten müssen, wie Mitarbeiter sensibilisiert werden können und was im Schadensfall zu tun ist, hat der DIHK im Leitfaden „Datensicherheit – kurz und knapp“ zusammengefasst. Er informiert über die Methoden der Angreifer, über einen geeigneten Basisschutz und den grundsätzlichen Umgang mit Risiken. Organisatorische Maßnahmen im eigenen Unternehmen und bei IT-Dienstleistern werden ebenso thematisiert wie technische Sicherheitsvorkehrungen oder die Erarbeitung einer Sicherheitsrichtlinie für Mitarbeiter. Der Ratgeber enthält auch eine Checkliste zum Handlungsbedarf sowie eine IT-Notfall-Karte. Der Leitfaden kostet 5,10 Euro (plus Versand). Bestellung: bestellservice@verlag.dihk.de.



IHK ONLINE

Weitere Infos und wichtige Adressen für den Notfall:

Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik
www.bsi.bund.de

Geschäftsstelle der Allianz für Cybersicherheit:
www.cyber-allianz.de

geschieht, hängt von den Möglichkeiten und der Struktur des Unternehmens ab. Interne oder externe Schulungen sind eine Möglichkeit, Übungen und Tests eine andere.

Welche weiteren Vorkehrungen sind nötig?

Die Unternehmensleitung sollte erstens Cybersicherheit als Chefsache verstehen, zweitens ein firmenweites Informationssicherheitsmanagement etablieren und drittens sicherstellen, dass die notwendigen Investitionen getätigt werden. Dabei gilt es, nicht nur das Unternehmen zu betrachten, sondern auch die hergestellten Produkte.

Und wie sieht die richtige Reaktion im Ernstfall aus?

Idealerweise haben sich die Verantwortlichen im Unternehmen vorher überlegt, was in einem Notfall zu tun ist. Hilfen und Handlungsempfehlungen

zur richtigen Reaktion auf einen Cyber-vorfall finden Unternehmen bei der Allianz für Cybersicherheit. Drei wichtige Punkte im Ernstfall sind erstens: Ruhe bewahren. Zweitens: Krisenreaktionsmechanismen in Gang setzen. Drittens: aus dem Vorfall lernen und die Erfahrungen in die Prävention einfließen lassen.

Wie hilfreich kann das Gespräch mit Betroffenen sein?

Der Austausch mit anderen ist ein wesentliches Element für mehr Cybersicherheit in Deutschland. Aus den Erfahrungen anderer zu lernen und die eigenen Erfahrungen als Warnung an andere weiterzugeben, ist ein Grundgedanke der Allianz für Cybersicherheit. Die Zusammenarbeit mit den Industrie- und Handelskammern ist dabei sehr wichtig, denn so gelingt es uns, auch in der Fläche mehr Cybersicherheit zu erreichen.



INTERVIEW



Rudolf Kahlen
Freier Journalist, Berlin
info@kahlenmedia.de

DRAGALP WEISSBÄCKER

ZÄUNE · GITTER · TORE

Draht-Weissbäcker KG
Steinstr. 46-48, 64807 Dieburg
Tel. (0 60 71) 9 88 10 · Fax (0 60 71) 51 61
Internet: www.draht-weissbaecker.de
Email: draht@weissbaecker.de

- Draht- und Gitterzäune · Tore
- Schiebetore · Drehkreuze
- Schranken · Türen · Gabionen
- Pfosten · Sicherheitszäune
- Mobile Bauzäune · Alu-Zäune
- sämtliche Drahtgeflechte
- Alu-Toranlagen · Rankanlagen
- auch Privatverkauf

HEUTE SCHON GEAPPT? www.frankfurt-main.ihk.de/wifo-app

Zelthallen – Stahlhallen

RÖDER HTS HÖCKER GMBH

Top Konditionen – Leasing und Kauf
<http://www.hts-ind.de> – Telefon: 06049 95100

ARBEITSMARKT

Hohe Zuschüsse bei Einstellung von Langzeitarbeitslosen



Die Einstellung von Langzeitarbeitslosen kann eine Option bei der Besetzung offener Stellen oder bei der Entlastung vorhandener Fachkräfte im Betrieb sein. Die Bundesregierung unterstützt Arbeitgeber, wenn sie Langzeitarbeitslose sozialversichert einstellen. Auf der Grundlage zweier neuer Fördermöglichkeiten (§ 16e, § 16i SGB II) werden seit diesem Jahr neue hohe Lohnkostenzuschüsse gewährt. Die Förderhöhe kann in Abhängigkeit von der Dauer der Arbeitslosigkeit und der Beschäftigungsdauer bis zu 100 Prozent der Lohnkosten betragen.



Foto: Picture-Alliance / imageBROKER

INNOVATION

Hessischer Website Award 2019

Welcher Hesse hat die schönste Website? Mit dem Hessischen Website Award belohnt das IHK-Beratungszentrum BIEG Hessen zusammen mit der Einrichtung Digitales Hessen des hessischen Wirtschaftsministeriums kleine und mittlere Unternehmen aus der Region für exzellente Webseiten mit gelungenem Content und passenden Designs. Anmeldung ab August: www.website-award-hessen.de

INNOVATION

Checkliste: Suchmaschinen



Foto: Gettyimages / TimeStopper

Wer im Internet sichtbar werden will, muss sicherstellen, dass die Suchmaschine die Website auslesen kann. Diese sogenannten On-Page-Maßnahmen der Suchmaschinenoptimierung umfassen die geschickte Platzierung von Keywords, die richtige Struktur des Contents und die fehlerfreie technische Umsetzung des Angebots. Das BIEG Hessen hat eine Checkliste herausgegeben, mit deren Hilfe Unternehmen prüfen können, ob sie die Grundanforderungen der Suchmaschinen erfüllen. www.bieg-hessen.de/leitfaeden

UNTERNEHMENSFÖRDERUNG

Förderprogramme für Kreative

Im Fördernavigator wurden für die Kulturschaffenden und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen die zentralen Förderprogramme des Landes, des Bundes und der EU zusammengestellt. www.kreativwirtschaft-hessen.de

 Fördernavigator

AUSBILDUNG

Azubiticket jetzt beantragen

Auch wenn es nur als Schülerticket vermarktet wird: Das Schülerticket Hessen gibt es auch für Auszubildende. Bezugsberechtigt sind Azubis, die in Hessen wohnen oder deren Schule oder Ausbildungsstätte in Hessen liegt. Das Ticket kostet 365 Euro pro Jahr. Auszubildende in IHK-Berufen können sich ab sofort mit ihrer Azubicard Hessen bei der Beantragung des Schülertickets ausweisen. Der Geltungsbereich des Schülertickets entspricht dem des Hessentickets. www.schuelerticket.hessen.de

UNTERNEHMENSFÖRDERUNG

Weg frei für praktikables E-Rechnungsformat

Bis zum November will der Bund in der Lage sein, elektronische Rechnungen von Unternehmen anzunehmen und verarbeiten zu können – dies schreibt die entsprechende EU-Richtlinie vor. 2020 folgen dann Länder und Kommunen. Der DIHK hat sich für ein einheitliches und in der Wirtschaft gebräuchliches Datenformat statt eines föderalen Flickenteppichs eingesetzt. Denn Bund und Länder versteiften sich auf die alleinige Akzeptanz des Formats X-Rechnung, das bisher von mittelständischen Unternehmen kaum verwendet wird. Der Bund ist inzwischen umgeschwenkt und will auch andere EU-konforme Datenformate akzeptieren, darunter das gebräuchliche Format Zugferd.

UMWELT

KWK-Eigenversorgung: Status quo bei vielen Anlagen



Foto: Gettyimages/ Digital Art

Auch in Zukunft müssen für selbst verbrauchten Strom aus eigenen Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen (KWK) in der Regel nur 40 Prozent der EEG-Umlage bezahlt werden. Darauf haben sich die EU-Kommission und die Bundesregierung geeinigt. Der DIHK hat die Bundesregierung im Vorfeld und

während der Verhandlungen mit Zahlen und Fakten unterstützt. Damit konnte der Status quo für die meisten Anlagen, wie er bis Ende 2017 gegolten hatte, wiederhergestellt werden. Bei Anlagen zwischen ein und zehn Megawatt gelten die 40 Prozent allerdings nur bis 3500 Vollbenutzungsstunden, ab 7000 Stunden muss die Umlage in voller Höhe entrichtet werden.

JETZT INFORMIEREN AUF WWW.EULER-MINI.DE

Fahrzeugarstellung zeigt Sonderausstattung und abweichende Motorisierung.

CONNECTIONS SIND ALLES.

Mit MINI Connected haben Sie auch unterwegs Ihre Termine stets im Griff. Erreichen Sie dank Real Time Traffic Information, Connected Navigation Plus, 8,8" Touchscreen, Sportsitzen u.v.m. entspannt Ihre Ziele. Profitieren Sie von den gewerblichen Sonderkonditionen, attraktiven Leasingraten und unseren vorteilhaften Versicherungsangeboten. Jetzt bei Ihrem MINI Partner.

Leasingbeispiel* von der BMW Bank GmbH: MINI One Countryman mit Ausstattungspaketen Chili und Connectivity.

Offizieller Kraftstoffverbrauch innerorts: 7,2 l/100 km, außerorts: 5,1l/100 km, kombiniert: 5,9 l/100 km. Offizielle CO₂-Emissionen kombiniert: 134 g/km. Effizienzklasse: B.**

Anschaffungspreis netto	31.250,43 EUR
Leasingsonderzahlung	0,00 EUR
Laufleistung p. a.	15.000 km
Laufzeit	36 Monate
Sollzinssatz p.a.***	0,99 %
Effektiver Jahreszins	0,99 %
Gesamtbetrag netto	8.999,64 EUR
Monatliche Gesamtraten à netto	249,99 EUR

Autohaus Euler GmbH
Karl-von-Drais-Str. 6, 60435 Frankfurt
Tel. 069 54 84 04 3-215
www.euler-mini.de

Autohaus Euler Hofheim GmbH
Nordring 11, 65719 Hofheim a. Ts.
Tel. 06192 200 71-0
www.euler-mini.de

DIE GEWERBLICHEN ANGEBOTE VON MINI.



Zzgl. 805,04 EUR Bereitstellungspauschale * Ein unverbindliches Leasingbeispiel der BMW Bank GmbH, Lilienthalallee 26, 80939 München; Dieses Beispiel gilt nicht für Verbraucher. Es richtet sich ausschließlich an selbstständige und gewerbliche Kunden. Alle Beträge zzgl. 19% Mehrwertsteuer; Stand 04/2019. Angebot gültig bis 30.09.2019. Nach den Leasingbedingungen besteht die Verpflichtung, für das Fahrzeug eine Vollkaskoversicherung abzuschließen. ** Die Angaben zu Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen wurden nach dem vorgeschriebenen Messverfahren VO (EU) 715/2007 in der jeweils geltenden Fassung ermittelt. Die Angaben sind bereits auf Basis des neuen WLTP-Testzyklus ermittelt und zur Vergleichbarkeit auf NEFZ zurückgerechnet. Bei diesem Fahrzeug können für die Bemessung von Steuern und anderen fahrzeugbezogenen Abgaben, die (auch) auf den CO₂-Ausstoß abstellen, andere als die hier angegebenen Werte gelten. *** Gebunden für die gesamte Vertragslaufzeit.



Foto: Gettyimages / Casalmage / Rafael Rodzich

START-UP-PILOT

Neue Plattform für Start-ups

Talente gewinnen, Akteure vernetzen, Wachstum sichern: Das Start-up-Ökosystem Frankfurt-RheinMain bietet eine große Vielfalt und Qualität für alle Wachstumsphasen von Start-ups.

FrankfurtRheinMain ist eine der wirtschaftsstärksten Regionen Deutschlands und sein Finanzzentrum. Als Region für Start-ups sticht die Region jedoch weniger heraus. Dieses Problem teilt sie mit vielen Metropolregionen. Denn sie sind häufig keine politischen Einheiten und spielen daher im Gegensatz zu Städten und Bundesländern in der Statistik keine Rolle.

Doch sind es gerade die Metropolregionen wie Frankfurt-RheinMain die mit ihrer hohen Wirtschaftskraft und der vielfältigen Branchenstruktur ein bedeutendes Potenzial für sogenannte Business-to-Business-Kooperationen zwischen Corporates und Start-ups bieten. Die 30 Hochschulen der Region sorgen für talentierten Nachwuchs, und durch die gute

Verkehrsinfrastruktur sind nationale und internationale Märkte gut erreichbar. Start-ups finden somit beste Voraussetzungen, um ein Unternehmen zu gründen, ihre Produkte und Dienstleistungen zu vertreiben, sich mit Corporates und Investoren zu vernetzen und zu wachsen. Betrachtet man jedoch die verschiedenen Start-up-Studien, so tritt FrankfurtRheinMain als Start-up-Ökosystem bislang kaum in Erscheinung.

Das Start-up-Ökosystem stärken

Gleichwohl gibt es eine Vielzahl an Initiativen und Akteuren, die sich in der Metropolregion um die Weiterentwicklung und Stärkung des Start-up-Ökosystems bemühen. Diese

zusammenzubringen und zu vernetzen, hat sich die Initiative Wissensregion zum Ziel gesetzt. In enger Abstimmung mit dem TechQuartier, das den Masterplan Start-up-Region Frankfurt Rhein-Main erarbeitet hat, wurde der Runde Tisch Start-up-Ökosystem FrankfurtRheinMain ins Leben gerufen. Inzwischen gehören rund 30 Partner zum runden Tisch und weiterhin steht die Teilnahme jederzeit offen. Die Teilnehmer unterstützen Start-ups in unterschiedlichen Wachstumsphasen mit verschiedenen Angeboten.

Regionale Angebote werden gebündelt

Um das Start-up-Ökosystem FrankfurtRheinMain bekannter zu machen und seine Wahrnehmung zu steigern, hat der runde Tisch den Start-up-Piloten FrankfurtRheinMain konzipiert. In ihm werden erstmals die regionalen Angebote für Start-ups in der gesamten Vielfalt zusammengefasst. Das Spektrum reicht von Angeboten zur Vernetzung, darunter Coworking und verschiedene Veranstaltungs- und Kooperationsformate bis hin zu Angeboten der Hochschulen zur Talentaktivierung, dem Zugang zu Finanzkapital mit Accelerator-Programmen, Wettbewerben und Checklisten für kapitalsuchende Start-ups. Den Abschluss bilden regionalspezifische Informationen für Start-ups auf Plattformen.

In Anlehnung an den Deutschen Start-up-Monitor richtet sich der Startup-Pilot FrankfurtRheinMain eindeutig an Start-ups und nicht an allgemeine Gründungen. So sind Start-ups nicht länger als zehn Jahre auf dem Markt, planen ein signifikantes Mitarbeiter- und Umsatzwachstum und sind hoch innovativ mit ihren Produkten, Dienstleistungen, Geschäftsmodellen und Technologien. Zudem gründen sie zumeist in interdisziplinären Teams und haben zu über 80 Prozent einen Hochschulabschluss. Folglich stärken Start-ups mit ihren innovativen und wachstumsorientierten Geschäftsmodellen die Wettbewerbsfähigkeit von FrankfurtRheinMain und schaffen neue, zukunftsfähige Arbeitsplätze.

Kapital, Talente, Netzwerke

Sie benötigen für ihr Wachstum unter anderem Kapital, Talente und Netzwerke – kurz, ein leistungsfähiges Start-up-Ökosystem. Mithilfe des Start-up-Piloten können sie sich über die Angebote in der Region informieren, sie nutzen und sich mit den Akteuren vernetzen. Die Angebote bieten einen Mehrwert für alle Geschäftsmodelle und Bedarfe von Start-ups und liefern hervorragende Anknüpfungspunkte für deren Wachstum. Zudem sollen Start-ups und Talente sowie Investoren von außerhalb der Region die Angebote kennenlernen und dadurch angezogen werden, hier zu gründen, mitzuarbeiten und zu investieren. Der Pilot adressiert auch Multiplikatoren, die Start-ups nun umfassender informieren und beraten können, zudem können sie leichter Vernetzungspartner finden.

Wissensregion FrankfurtRheinMain

Die gemeinsam vom Regionalverband FrankfurtRheinMain, der IHK Frankfurt und der Wirtschaftsinitiative FrankfurtRheinMain getragene Initiative Wissensregion engagiert sich seit 2008 dafür, FrankfurtRheinMain als Wissensstandort voranzubringen und ein vernetztes Handeln in der Region zu fördern.



IHK ONLINE

Hier können Sie den Start-up-Piloten abrufen:

www.wissensportal-frankfurtrheinmain.de/startup-pilot



DIE AUTOREN



Dr. Thomas Steigleder
Stellvertretender Leiter,
Innovation und Umwelt,
IHK Frankfurt
t.steigleder@frankfurt-main.ihk.de



Joris Smolders
Referent, Innovation und
Umwelt, IHK Frankfurt
j.smolders@frankfurt-main.ihk.de

So bekommen Unternehmen Gigabit

„Mehr Breitband“ ist eine allgemeine Forderung. Für viele Unternehmen in Gewerbegebieten im IHK-Bezirk Frankfurt gibt es sogar schon ein Gigabit-Angebot – und immer mehr kommen dazu.



Foto: Picture-Alliance / Patrick Pleuß / ZB

Im Rahmen der Gigabitstrategie für Hessen hat die Landesregierung den Handlungsrahmen für den Netzausbau festgelegt.

Die allgemeine Breitband-Versorgung der Standorte im IHK-Bezirk Frankfurt ist gut. Bei dem, was im politischen Raum als „schnelles Internet“ gilt (50 Mbit/s Download), hat kaum ein Landkreis in Deutschland eine bessere Versorgung als die Landkreise Main-Taunus und Hochtaunus. Die Stadt Frankfurt selbst ist nach diesem Maßstab ebenfalls bestens versorgt.

Aber die Welt ändert sich rapide. Viele Cloudanwendungen und Online-shops, viele Back-up-Funktionen und

Fernsteuerungen erfordern inzwischen eine höhere Bandbreite. Hundert oder 250 Mbit/s, und dies oft auch synchron, also im Up- und Download, sind notwendig. Die Technik hat in den vergangenen Jahren gute Fortschritte gemacht, viele herkömmliche Anschlüsse erreichen diese Geschwindigkeiten schon heute. Sie sind bereits nachgerüstet, zum Teil durch Vectoring, zum Teil in der Koaxialkabel-Technik.

Wer noch intensivere Anforderungen hat, wird die nächsthöhere technische

Stufe wählen: Gigabit-Geschwindigkeiten, also 1000 Mbit/s. Diese Kapazität ist durch Glasfaserkabel, Koaxialkabel und Funkverbindungen inzwischen an vielen Stellen im IHK-Bezirk verfügbar. Wie weit dies schon reicht und wie weit die Region FrankfurtRheinMain damit im Vergleich ist, lässt sich nicht so genau bestimmen. IHK-Präsident Ulrich Caspar verschaffte sich mit Mitgliedern des Präsidiums und des Ausschusses Kleine und Mittlere Unternehmen daher bei Unternehmensbesuchen in Kriftel und Oberursel einen Eindruck von den

Breitbandausbau in Hessen

- bis 2025: Bereitstellung gigabitfähiger Infrastrukturen unter besonderer Berücksichtigung der Gewerbestandorte
- bis 2030: flächendeckender Ausbau von Glasfaseranschlussnetzen inklusive einer Glasfaser-Inhouse-Verkabelung (FTTH-Netze)
- zügige Schließung der weißen LTE-Flecken
- ab 2020: Start des 5G-Rollouts und des schrittweisen Ausbaus der 5G-Netze unter vorrangiger Berücksichtigung wichtiger Verkehrsstraßen
- Ausbau von frei zugänglichen WLAN-Netzen

Ausführliche Infos über die geplanten Schritte beim Ausbau und der Weiterentwicklung der Festnetz- und Mobilinfrastrukturen in Hessen: www.breitband-in-hessen.de

Wie die Recherche zeigt, gibt es vor Ort unter Umständen neben den bekannten großen Namen noch weitere Anbieter für Telekommunikationsprodukte. So versorgt die Firma True Global Communications in Oberursel inzwischen rund 2500 Firmen- und Privatkunden vornehmlich im Hochtaunuskreis, in Frankfurt und in der Wetterau mit Funkverbindungen, oft als Back-up zur Festnetzleitung, immer mehr aber auch als Hauptverbindung mit Gigabit-Kapazität.

Es muss nicht immer Hochfrequenz sein

Die Frage nach der angemessenen Versorgung mit Telekommunikation sollte technikoffen gestellt werden. Für das produzierende Gewerbe und viele Versorgungsfunktionen muss es nicht immer eine Hochfrequenz-Verbindung sein. Ein Long Range Wide Area Network (LoRaWAN) kann kostengünstig Signale von weit entfernten Sensoren aufnehmen und so zur digitalen Steuerung und Überwachung von vielfältigen

Herausforderungen der Gigabit-Versorgung.

Gewerbegebiete im Fokus

Die gute Nachricht ist: Anbieter wie Deutsche Telekom, Deutsche Glasfaser und andere haben begonnen, in einer Reihe von Gewerbegebieten Glasfaserleitungen bis an jedes Haus zu legen. Es sieht fast so aus,

als käme jeden Monat ein Gewerbegebiet neu in die Vermarktung. Kriftel, Kelkheim, Hattersheim, Oberursel und Bad Homburg: Diese und viele andere Gewerbegebiete sind inzwischen in der Planung beziehungsweise im Bau. Eine aktuelle Übersicht ist schwer nachzuhalten; die Bürgermeister und Wirtschaftsförderer der jeweiligen Kommune können über den jeweiligen Stand Auskunft geben.

DREI FRAGEN AN



Ulrich Caspar, IHK-Präsident, über die voranschreitende Digitalisierung und die Erfordernis eines zügigen Netzausbaus

Herr Caspar, nach einer Übersicht des Branchenverbands VATM gibt es bundesweit 2,76 Millionen Glasfaseranschlüsse, davon werden nur 1,3 Millionen genutzt. Brauchen die Unternehmen gar nicht so viel schnelles Internet?

Doch! Denn Digitalisierung ist heute normal für jedes Geschäftsmodell. Nicht jeder, der viel Leistung braucht, kann sie aber momentan bekommen,

weil er zum Beispiel bisher nicht im Ausbaubereich lag.

Müssten Unternehmen nicht schon jetzt verstärkt in höhere Bandbreiten investieren, um für die digitale Zukunft gerüstet zu sein?

Sicherlich. Aber viele Unternehmen überlegen sich genau, wie viel sie ausgeben wollen für das Mehr an Geschwindigkeit. Nicht jeder will heute schon volles Tempo fahren.

Wie sinnvoll ist ein flächenweiter Ausbau von Gigabit-Netzen?

Gigabit-Netze tragen die Grundlast; deren Ausbau muss Priorität haben. Kunden nutzen aber auch immer mehr Mobilfunk-Anwendungen. Daher darf ein flächendeckendes 5G-Angebot nicht vernachlässigt werden. Wir müssen beides zügig ausbauen.

Die Fragen stellte Reinhard Fröhlich, IHK Frankfurt.

Gigabit für die ganze Region

Bis 2025 soll jede Gewerbeadresse in FrankfurtRheinMain einen Glasfaseranschluss bekommen. Zudem soll die Hälfte aller privaten Haushalte bis dahin einen Gigabit-Anschluss haben. Dies ist Inhalt einer Absichtserklärung unter mehr als 150 Kommunen in neun Landkreisen und vier Städten der Metropolregion; dafür soll eine regionale Zweckgesellschaft gegründet werden. Die Kosten für den Ausbau, der die Standorte erfassen soll, für die keine ausreichende marktgetriebene Nachfrage ermittelt werden kann, sollen von privaten Firmen und öffentlicher Hand getragen werden. Der Verteilungsschlüssel der Kosten sowie die Auswahl der Telekommunikationsfirmen werden noch festgelegt. www.region-frankfurt.de

 Glasfaserkabel

Anwendungen, etwa in der Landwirtschaft, im Verkehr, der Lagerhaltung und in der Produktion, beitragen. Unitymedia beispielsweise steht mit vielen hessischen Kommunen im Kontakt, um solche lokalen Netze einzurichten und zu betreiben. Das ist dann eine Möglichkeit der digitalen Kommunikation weit unterhalb hoher Bandbreiten und zu ungleich niedrigeren Kosten.

Während ein LoRaWAN vor allem für Infrastrukturnutzungen infrage kommt, findet das kostenfreie WLAN in vielen Städten zunehmend Verbreitung bei der Versorgung der Ortskerne. Dabei kommen häufig kleinere Anbieter zum Zuge. Die Stadt Hofheim hat zum Beispiel WLAN-Hotspots mithilfe der Firma Innerebner eingerichtet. Die Stadt Usingen hat den Betreiber Free Key dafür gewonnen. Bad Homburg kooperiert mit Ipster. Generell wird das WLAN-Angebot weiter zunehmen, nachdem die EU-Kommission im Frühjahr ein Förderprogramm namens Wi-Fi4EU aufgelegt hat. Kommunen können für Installations- und Gerätekosten

bis zu 15000 Euro pro Standort bekommen.

Für jedes Nutzungsprofil die passende Technik

Telekommunikationsverbindungen spritzen also vielerorten mit unterschiedlicher Technik für unterschiedliche Nutzungsprofile. Die Erfahrung zeigt, dass nicht jedes Unternehmen heute schon den Bedarf eines Gigabit-Anschlusses hat und viele auch noch geringere Bandbreiten für ausreichend halten. Daher verkauft sich Glasfaser noch nicht wie geschnitten Brot. Unternehmen beklagen oft, dass deutlich höhere Preise aufgerufen werden und die Produkte zum Teil sehr erklärungsbedürftig sind.

In anderen Fällen ist es schwer, die baulichen Genehmigungen für den Anschluss zur gewünschten Adresse zu erhalten, sei es von der Kommune im Straßenraum oder – für Mieter – vom Eigentümer der Immobilie. Viele Niederlassungen von großen Firmen haben zudem einen konzernweit geplanten direkten Gigabit-Anschluss, sind dann also nicht mehr auf eine Ausbauplanung in einem Gewerbegebiet angewiesen. Selbst wenn ein Unternehmen die Entscheidung für einen Gigabit-Anschluss getroffen hat, kann vieles die Sache verzögern. Ein Grund sind häufig die fehlenden Tiefbau-Kapazitäten. Weil die Glasfaser-Welle allmählich immer stärker rollt, werden die Termine bei den bauausführenden Firmen knapp.


Rechtzeitig planen

Grundsätzlich spricht vieles dafür, dass die Digitalisierung weiter fortschreiten wird und daher auch die Firmen in höhere Bandbreiten investieren müssen, die dies aufgrund ihres eigenen Geschäftsmodells bisher nicht für nötig erachten. Die Standards werden schrittweise auf digitale Verarbeitungen und Produkte umgestellt, sodass eine hohe Bandbreite für viele Unternehmen von den

Gepflogenheiten des Wettbewerbs vorgeschrieben werden wird. Es erscheint daher ratsam, sich jetzt mit der technischen Aufstockung zu befassen. Denn bis zur Umsetzung dieser Vorhaben kann es unter Umständen Monate oder Jahre dauern.




IHK ONLINE

Übersicht über den Ausbau in den einzelnen Kommunen im Breitbandatlas des Bundes: www.bmvi.de  Breitbandatlas-Karte

Links zu den Gigabit-Anbietern im IHK-Bezirk:



Aktuelle Infos zum 5G-Ausbau www.bundesnetzagentur.de  Mobilfunknetze



DER AUTOR



Reinhard Fröhlich

Geschäftsführer, Unternehmenskommunikation, IHK Frankfurt

r.froehlich@frankfurt-main.ihk.de

Einen Gang zurückgeschaltet



Der Fachkräftemangel, eine abnehmende Inlandsnachfrage und die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen bleiben die größten Sorgen der Unternehmen im IHK-Bezirk Frankfurt.

Nachdem in der jüngsten Konjunkturumfrage die Erwartungen deutliche Einbußen zu verzeichnen hatten, ist es nun die Bewertung der aktuellen Lage. Der IHK-Geschäftsklimaindex, der die Lageurteile und die Geschäftserwartungen der Unternehmen in einem Wert zusammenfasst, sinkt um vier auf 119 Punkte. Die Stimmung unter den Unternehmen im IHK-Bezirk trübt sich damit zum vierten Mal in Folge ein. Grund zur Sorge bereitet dies allerdings noch nicht. Der Index liegt fünf Punkte über dem langjährigen Durchschnittswert.

Negative Exporterwartungen

Ungeachtet der schlechteren Lagebeurteilung bleibt das Investitionsklima der Betriebe im IHK-Bezirk gut. 29 Prozent der Unternehmen möchten ihr Investitionsbudget aufstocken. Die Personalpolitik ist weiterhin expansiv. 22 Prozent der Unternehmen möchten den Personalbestand ausbauen, weitere 66 Prozent planen keine Änderungen. Die Exporterwartungen werden zum vierten Mal in Folge nach unten korrigiert und erreichen mit minus einem Saldopunkt den negativen Bereich. Zum ersten Mal seit der Finanzkrise im Jahr 2009 überwiegen damit die Skeptiker.

Fachkräftemangel: Risiko Nummer eins

Mit 53 Prozent sehen so viele Unternehmen wie nie zuvor eine Gefahr für die

Geschäftstätigkeit durch den Mangel an Fachkräften. An zweiter Stelle der Risiken liegt erneut die Gefahr einer abnehmenden Inlandsnachfrage. An dritter Stelle bemängeln die Unternehmen die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen.

Besonders häufig werden der ungewisse Brexit und die anhaltenden internationalen Handelsstreitigkeiten genannt. Viele Unternehmen befürchten, dass die Unsicherheiten zu Investitionsaufschüben ihrer Kunden und Geschäftspartner führen könnten und sich somit die Auftragslage verschlechtert. Weiterhin bemängeln die Unternehmen fehlende Gewerbeflächen, zu viel Bürokratie und Regulierung sowie hohe Steuern und Arbeitskosten.

Nachhaltige Produkte und Prozesse

Nach dem Stellenwert des Themas Nachhaltigkeit (in Bezug auf Ökonomie, Ökologie und Soziales) gefragt, antworten 38 Prozent der Unternehmen, dass Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert für sie einnimmt. Demgegenüber geben 18 Prozent an, dass dieses Thema nur von geringer Bedeutung ist. Branchenweit ist der Stellenwert von Nachhaltigkeit umso höher, je mehr Beschäftigte das Unternehmen hat. Hauptgrund für die Implementierung von nachhaltigen Produkten und Prozessen sind Kundenanforderungen, gefolgt von Kostenreduktion und Stärkung der Attraktivität als Arbeitgeber.

Weitere Infos

Die IHK Frankfurt befragt dreimal jährlich rund 3000 Mitgliedsunternehmen in Frankfurt sowie den Landkreisen Hochtaunus und Main-Taunus zu ihren Einschätzungen der konjunkturellen Entwicklung. Der Konjunkturbericht kann unter www.frankfurt-main.ihk.de/konjunkturbericht abgerufen werden. Unternehmen, die Interesse an einer Teilnahme haben, melden sich bei Malte Hischemöller, E-Mail m.hischemoeller@frankfurt-main.ihk.de



DIE AUTOREN



Simon Peschges (l.)

Chefvolkswirt, IHK Frankfurt
s.peschges@frankfurt-main.ihk.de



Malte Hischemöller (r.)

Referent, Wirtschaftspolitik und Metropolentwicklung, IHK Frankfurt
m.hischemoeller@frankfurt-main.ihk.de

Logistiklösungen für Städte

Immer mehr Menschen, Güter und Waren sind in den Städten unterwegs. Das House of Logistics and Mobility und die Initiative „Wirtschaftsverkehr“ arbeiten an innovativen Lösungen, um Luft und Straßen zu entlasten.



Foto: Picture Alliance / Sillas Stein

Noch bis in die Sechzigerjahre haben Straßenbahnen auch Güter und Waren transportiert. Diese Idee einer Logistiktram wurde nun wieder aufgegriffen.

Bis zu elf Millionen Pakete werden pro Tag deutschlandweit ausgeliefert. Laut Prognosen wird die Zahl der zugestellten Pakete bis 2021 von 3,3 auf etwa 4,1 Milliarden pro Jahr steigen. Die Folgen: hohe Belastung für Luftqualität und Umwelt, zahlreiche Gefahrensituationen für andere Verkehrsteilnehmer, Staus und fehlender Parkraum. Zeit zu handeln – das dachten sich auch die Akteure der Initiative „Wirtschaftsverkehr FrankfurtRheinMain“. Darin haben sich Einzelpersonen und Institutionen aus Wissenschaft, Wirtschaft und Verbänden zusammengefunden, um innovative Lösungen für den innerstädtischen Lieferverkehr zu testen.

Mikrodepots ermöglichen Auslieferung per Fahrrad

Der Ursprung der Initiative geht auf die IHK-Klausur „Zukunft des Wirtschaftsverkehrs in Frankfurt“ in 2012 zurück, aus der der „Arbeitskreis Frankfurter Wirtschaftsverkehr“

hervorging. Von Anfang an dabei waren die IHK Frankfurt und das House of Logistics and Mobility (Holm), 2016 schloss sich auch die Stadt Frankfurt an. Bis dato wurden einige Forschungsprojekte vom Holm gefördert und durchgeführt sowie ein kontinuierlicher Wissens- und Erfahrungsaustausch zum Thema Citylogistik mit anderen Metropolen ermöglicht und Maßnahmen umgesetzt.

Erfolgreich ist der Einsatz von Mikrodepots. Durch sie lässt sich die Zahl der Lieferwagen reduzieren und die Zustellung auf der letzten Meile emissionsfrei per Fahrrad gestalten. Frankfurts erstes Mikrodepot wurde im September 2017 eingerichtet. Frühmorgens stellt der Betreiber UPS einen Lkw, gefüllt mit allen Sendungen für den Tag, am Standort Meisen-gasse am Parkhaus Börse ab. Ausgeliefert wird von dort mit Lastenrädern, die drei UPS-Transporter in der Frankfurter City ersetzen. Der CO₂-Ausstoß wird so um über 25 Tonnen pro Jahr reduziert.



Verkehrsgesellschaft Frankfurt (VGF) und der KEP-Dienstleister Hermes.

Seligenstadt ist Testgebiet

Im Projekt Emissionsarme Wirtschaftsverkehre Frankfurt-RheinMain haben sich Holm, Frankfurt UAS und die Initiative Perform – Zukunftsregion FrankfurtRheinMain zusammengefunden. Es schließt an zwei frühere Projekte an, in denen das Park- und Stehverhalten in hoch frequentierten Straßenzügen rund um die Zeil gemessen und die Wahl des für das jeweilige Liefergebiet richtigen Lieferfahrzeugs untersucht wurden.

Auf Basis dieser Ergebnisse wird momentan am Beispiel Seligenstadts untersucht, ob sich die Erfahrungen aus der Großstadt auf den ländlichen oder kleinstädtischen Raum übertragen lassen. Die Ergebnisse inklusive Handlungsempfehlungen für Kommunen und beteiligte Akteure werden Ende Oktober veröffentlicht. Parallel erarbeiten die Projektpartner ein Konzept zur Kartierung innerstädtischer Lade- und Lieferzonen zur mobilen Nutzung, um KEP-Dienstleistern in Frankfurt eine optimale Orientierung zu ermöglichen.

Umweltfreundliche Paketauslieferung

Im vergangenen Jahr folgte am Standort Klapperfeldstraße/Heiligkreuzgasse das zweite Mikrodepot, betrieben von DHL Express. Das Unternehmen will so monatlich 700 Liter Diesel und insgesamt zwölf Tonnen CO₂-Ausstoß pro Jahr einsparen. Neben der Stadt, der IHK und dem Holm ist zur wissenschaftlichen Begleitung die Frankfurt University of Applied Sciences (Frankfurt UAS) mit an Bord.

Mikrodepots bringen Vorteile für Umwelt, Verkehr und Zusteller. Letztere profitieren gesundheitlich – durch das Radfahren, gleichzeitig aber auch durch die positive Resonanz auf Kundenseite. Das Ansehen der Kuriere, die umweltfreundlich und platzsparend unterwegs sind, ist gestiegen. Beide Kurier-, Express- und Paket(KEP)-Dienstleister beurteilen den Einsatz ihrer Mikrodepots positiv und möchten daraus dauerhafte Lösungen machen. In diesem Kontext stehen das Holm und die beiden Unternehmen im Austausch mit der Stadt Frankfurt.

Ein anderer Ansatz ist die Last-Mile-Tram. Eine Straßenbahn dient hierbei als fahrendes Mikrodepot, das die Sendungen zu strategisch günstigen Standorten bringt. Ab hier übernehmen wiederum Lieferanten mit Fahrrädern. Im Frühjahr fanden hierzu mehrtägige Tests statt, die derzeit ausgewertet werden. Projektpartner sind die Frankfurt UAS, die



IHK ONLINE



Weitere Infos über das Projekt Emissionsarme Wirtschaftsverkehre online unter

www.wirtschaftsverkehre-frm.de



DIE AUTOREN



Bianca Martin

Leiterin Innovations- und Netzwerkmanagement, House of Logistics and Mobility, Frankfurt
bianca.martin@frankfurt-holm.de



Bastian Krampen

Kommunikationsmanager, House of Logistics and Mobility, Frankfurt
bastian.krampen@frankfurt-holm.de



Baugewerbe

Die Branchenstruktur im IHK-Bezirk Frankfurt ist sehr heterogen und facettenreich. In der Serie „Im Porträt“ lernen Sie einzelne Branchen in Kurzporträts kennen.

Das Baugewerbe boomt – insbesondere in Frankfurt und den umliegenden Kommunen gehören Baukräne und Baustellen zum Alltagsbild. Doch die Branche steht auch vor Herausforderungen. Fast 6000 Mitgliedsunternehmen zählt die IHK Frankfurt im Baugewerbe. Rund 1100 von ihnen sind dem Hochbau zuzuordnen, etwa 90 dem Tiefbau und fast 4700 dem Ausbaugewerbe. Im Vergleich zum Jahr 2014 ist die Zahl der IHK-Mitgliedsunternehmen nahezu gleich geblieben. Während die Zahl der Betriebe im Ausbaugewerbe spürbar zurückgegangen ist, hat sich die Zahl der Unternehmen im Hoch- und Tiefbau hingegen deutlich erhöht.

Die Auftragsbücher sind voll

Die Nachfrage nach Immobilieneigentum ist im IHK-Bezirk nicht zuletzt aufgrund der andauernden Niedrigzins-

phase ungebrochen hoch, das Angebot an Baugebieten jedoch knapp und die Baulandpreise teuer. Seit 2011 steigen die Zahlen für Baugenehmigungen und Fertigstellungen, liegen aber noch immer deutlich unter dem Niveau der Neunzigerjahre. Hier besteht ein erheblicher Nachholbedarf, der den Betrieben volle Auftragsbücher beschert: Befragungen bei den Unternehmern zeigen jedoch auch, dass die Baufirmen im Hochbaubereich Auftragsbestände von fast vier Monaten im Voraus haben. Gerade hier kann witterungsbedingt jedoch nicht ganzjährig durchgearbeitet werden.

Die Dynamik im Baugewerbe macht sich auch auf dem Arbeitsmarkt bemerkbar: Während im IHK-Bezirk Frankfurt die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zwischen Juni 2017 und Juni 2018 um 3,1 Prozent stieg, entstanden im gleichen Zeitraum im Baugewerbe 5,6 Prozent neue Stellen. Insgesamt sind in der Branche mehr als 25000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte angestellt.

Wachsende Rekrutierungsprobleme

In der aktuellen Konjunkturumfrage nennen fast drei Viertel der Unternehmen im Baugewerbe den Fachkräftemangel als Risiko für ihre weitere wirtschaftliche Entwicklung. Über alle Branchen hinweg sind es 53 Prozent. Damit ist der Fachkräftemangel neben den gestiegenen Preisen für Bauland und

Rohstoffe die derzeit größte Herausforderung für die Unternehmen im Baugewerbe.



IHK ONLINE



Weitere interessante wirtschaftliche Kennzahlen aus Frankfurt sowie den Landkreisen Hochtaunus und Main-Taunus finden Sie im Flyer „IHK-Bezirk in Zahlen“:

www.frankfurt-main.ihk.de/zahlenflyer



DIE AUTORINNEN



Franziska Honheiser (l.)

Referentin, Wirtschaftspolitik und Metropolenentwicklung, IHK Frankfurt
f.honheiser@frankfurt-main.ihk.de



Ann-Kristin Engelhardt (r.)

Referentin, Wirtschaftspolitik und Metropolenentwicklung, IHK Frankfurt
a.engelhardt@frankfurt-main.ihk.de



IHK-SERVICE

Die IHK Frankfurt bietet Ihnen ein umfangreiches Angebot an Statistiken zur Stadt Frankfurt, dem Hochtaunuskreis und Main-Taunus-Kreis. Kontakt: Minna Heinola, Telefon 069/2197-1325, E-Mail m.heinola@frankfurt-main.ihk.de, Franziska Honheiser, Telefon 069/2197-1272, E-Mail f.honheiser@frankfurt-main.ihk.de

IHK-Bildungszentrum

Nähere Informationen zu den nachfolgenden Bildungsangeboten erhalten Sie unter der Rufnummer 069/2197 + Durchwahl sowie unter www.frankfurt-main.ihk.de/ihk-bildungszentrum

IHK-SEMINARE

Einführung in die Erstellung von Betriebskostenabrechnung 495 Euro
25./26. Juli 2019/16 UE/zweitägiges Seminar Telefon -1299

Der Weg in die Selbstständigkeit 150 Euro
ab 8. August 2019/20 UE/5-Abende-Seminar Telefon -1415
ab 10. September 2019/20 UE/5-Abende-Seminar

Hausverwaltung Eigentum 495 Euro
12./13. August 2019/16 UE/zweitägiges Seminar Telefon -1299

Erfolgreich im Immobiliengeschäft 495 Euro
19./20. August 2019/16 UE/zweitägiges Seminar Telefon -1299

Interview- und Fragetechniken bei Einstellungsgesprächen, Teil I 345 Euro
26./27. August 2019/16 UE/zweitägiges Seminar Telefon -1415

Telefontraining, Teil II 345 Euro
26./27. August 2019/16 UE/zweitägiges Seminar Telefon -1232

Reklamations- und Beschwerdemanagement 345 Euro
28./29. August 2019/16 UE/zweitägiges Seminar Telefon -1232

Immobilien-Wertermittlung, Teil I 495 Euro
29./30. August 2019/16 UE/zweitägiges Seminar Telefon -1299

Führen durch Ziele – Management by Objectives 345 Euro
29./30. August 2019/16 UE/zweitägiges Seminar Telefon -1206

Workshop Controlling, Teil II 395 Euro
ab 30. August 2019/24 UE/an zwei Wochenenden Telefon -1206

Social Media im Unternehmen – für Einsteiger 495 Euro
11. September 2019/8 UE/eintägiges Seminar Telefon -1295

Erfolgreicher Verkauf 345 Euro
12./13. September 2019/16 UE/zweitägiges Seminar Telefon -1232

Gewaltfreie Kommunikation 195 Euro
16. Oktober 2019/8 UE/eintägiges Seminar Telefon -1403

BERUFSBEGLEITENDE ZERTIFIKATSLEHRGÄNGE

Grundlagen des Steuerrechts (IHK) 495 Euro
ab 21. August 2019/58 UE/ca. 3 Monate/berufsbegleitend Telefon -1415

Grundlagen der Volks- und Betriebswirtschaftslehre (IHK) 495 Euro
ab 2. September 2019/60 UE/ca. 3 Monate/berufsbegleitend Telefon -1415

Erfolgreiches Marketing – Theorie und Praxis (IHK) 495 Euro
ab 2. September 2019/60 UE/ca. 3 Monate/berufsbegleitend Telefon -1415

Bilanzanalytische Auswertung des Jahres- und Konzernabschlusses 495 Euro
ab 14. September 2019/60 UE/samstags Telefon -1295

Wirtschaftsmediator/-in (IHK) 5750 Euro
ab 14. November 2019/152 UE/ca. 7 Monate Telefon -1299

BERUFSBEGLEITENDE LEHRGÄNGE MIT IHK PRÜFUNG

Geprüfte/-r Bilanzbuchhalter/-in 4350 Euro
ab 20. August 2019/ca. 820 UE/ca. 2 Jahre Telefon -1405

Geprüfte/-r Personalfachkaufmann/-frau 2850 Euro
ab 6. November 2019/ca. 480 UE/ca. 18 Monate Telefon -1295

Geprüfte/-r Wirtschaftsfachwirt/-in 5750 Euro
ab 15. November 2019/ca. 640 UE/ca. 2 Jahre Telefon -1299



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 069/2197-1232 erfragt werden.

Änderungen vorbehalten.

Fürs Leben lernen

Foto: Kolping Bildungswerk Frankfurt



Die Kisten, in denen normalerweise Reinigungsartikel angeliefert werden, nutzte Ausbilderin Bianca Schuster (Mitte), Hauswirtschaftliche Betriebsleiterin, Kolping Bildungswerk Frankfurt, für ein etwas anderes Klassenfoto.

Bianca Schuster, Hauswirtschaftliche Betriebsleiterin, Kolping Bildungswerk Frankfurt, ist von der IHK Frankfurt als „Exzellenter Ausbilder“ ausgezeichnet worden. Im Gespräch erläutert sie ihre Ausbildungsprinzipien.

Frau Schuster, wie sind Sie Exzellente Ausbilderin geworden?

Ich habe durch die Flyer der IHK Frankfurt erfahren, dass es diese Möglichkeit gibt, die eigene Leistung als Ausbilderin anerkennen zu lassen. Den Flyer habe ich mitgenommen und an meine Auszubildenden weitergegeben. Diese sollten dann selbst entscheiden, ob sie mich hier vorschlagen.

Und das haben sie auch. Wir waren beeindruckt, wie viele Ihrer Auszubildenden uns Briefe und E-Mails geschrieben haben. Sie schienen wirklich dankbar für das, was Sie für sie tun.

Meine Azubis sind in der Regel Reha-Teilnehmer mit einer schwierigen Vergangenheit. Hier bei uns erfahren Sie teilweise zum ersten Mal, dass es Menschen gibt, die an sie glauben. Sie erhalten auch mal ein Kompliment oder ein Lob. Das erscheint wie eine Kleinigkeit, ist aber sehr wichtig.

Die Briefe wirkten durchweg sehr persönlich. Wie wichtig ist der persönliche Zugang in Ihrer Arbeit?

Sehr wichtig. Auch für mich selbst war meine Ausbilderin eine Lebensbegleiterin, die mich stark geprägt hat und mir einen Weg aufgezeigt hat. Daher möchte ich das auch so weitergeben. Die jungen Menschen kommen zu uns zu einem Zeitpunkt, zu dem



Bianca Schuster (M.): „Die Azubis haben ein gutes Gespür dafür, ob man selbst hinter dem steht, was man tut.“

viel ungewiss ist. Es passiert bei ihnen viel – und wir begleiten diesen wichtigen Lebensabschnitt. Da ist der Austausch wichtig, gerade auch auf persönlicher Ebene.

Sie sind neben Ihrer Tätigkeit als Ausbilderin auch ehrenamtlich bei der IHK Frankfurt aktiv, unter anderem als Prüferin im IHK-Prüfungsausschuss der Hauswirtschaft und der Fachpraktiker Hauswirtschaft. Was bedeutet Ihnen das Engagement?

Ich finde es wichtig, dass ich die Auszubildenden auf Prüfungen vorbereiten kann. Und das kann ich vor allem, wenn ich selbst im Prüfungsausschuss tätig bin. Nur so bin ich immer nah an den Themen dran und weiß genau, was die Schwierigkeiten in einer Prüfung sein können.

Auch mit Ihren Azubis machen Sie nebenher Projekte. Sie nehmen zum Beispiel am Projekt „Auszubildende als Digitalisierungsscouts“ teil. Wie sind Sie an die Sache herangegangen?

Das ist ein tolles Projekt. Ich war mir zunächst unsicher, ob unsere Auszubildenden vielleicht überfordert sein könnten, insbesondere mit den Inhalten zur Vorbereitung. Wir haben aber eine gute Lösung gefunden. Ich habe Inhalte in einfache Sprache übersetzt und

an Alltagsbeispielen erklärt. Wir sind dann zunächst auf die Suche gegangen in unserem Haus: Was ist veraltet? Was kann neu gemacht werden? Entschieden haben wir uns am Ende für einen YouTube Channel. Wir drehen jetzt Videos zu unterschiedlichen Themen, welche auch zur Prüfungsvorbereitung genutzt werden können. Es ist schön, zu sehen, wie selbstständig die Auszubildenden hier arbeiten und sich auch mit den Prüfungsinhalten beschäftigen. Die Auszubildenden drehen selbst, schneiden, veröffentlichen,

schreiben Erklärungen zu den Videos, entwickeln Hashtags. Auch das Team wurde selbst eingeteilt. Es gibt ein YouTube-Team, das den Kanal pflegt, ein Kamerateam, ein Team vor der Kamera, ein Team fürs Schneiden. Alles in allem sind die Auszubildenden durch das Projekt deutlich selbstbewusster geworden.

Digital zu arbeiten, ist für Sie nichts Neues: Sie haben eine eigene Homepage für Hauswirtschaftler und solche, die es werden wollen. Außerdem sind Sie noch Expertin für Hauswirtschaft für den hessischen Rundfunk und im ARD-Buffer. Wie wichtig ist die Begeisterung für Ihren Beruf und für Ihre Tätigkeit als Ausbilderin?

Die Azubis haben ein gutes Gespür dafür, ob man selbst hinter dem steht, was man tut. Bei mir ist es manchmal so, dass ich zu motiviert bin. Ich könnte aber auch nichts vermitteln, das mir selbst keinen Spaß macht. Das hat mir auch schon meine Ausbilderin so vorgelebt. Wir konnten immer mit Fragen zu ihr kommen und uns auch mit Inhalten beschäftigen, die über den Lehrplan hinausgingen. Das gebe ich an meine Auszubildenden weiter. Selbst wenn sie in zehn Jahren etwas anderes machen, sollen sie in der Ausbildung etwas fürs Leben gelernt haben.

Exzellente Ausbilder

Die IHK Frankfurt hat 2019 erneut „Exzellente Ausbilder“ ausgezeichnet. Die Auszeichnung erhalten Ausbilder, die durch ihr überdurchschnittliches Engagement ein beispielhaftes Vorbild für eine kompetenzorientierte und zukunftsfähige Ausbildung sind. www.frankfurt-main.ihk.de/exzellente-ausbilder



IHK ONLINE

Youtube Tutorials der Azubis vom Kolping-Bildungswerk sind abrufbar unter:



Infos über das Projekt Digitalisierungsscouts:

www.rkw-kompetenzzentrum.de
Digitalisierungsscouts



INTERVIEW



Florian Richterich

Team Ausbildungsberatung, Aus- und Weiterbildung, IHK Frankfurt
f.richterich@frankfurt-main.ihk.de



IHK-VERANSTALTUNGSKALENDER

**Alles was Recht ist:
Berufsbildungsrecht leicht gemacht**

Mittwoch, 14. August,
13 bis 16 Uhr

18. Hessischer Unternehmerrinnentag: Erfolgreich gründen, strategisch wachsen

Donnerstag, 22. August,
9.30 bis 16.45 Uhr
Veranstalter ist Jumpp als Koordinierungsstelle Frauen und Wirtschaft, die IHK Frankfurt ist Veranstaltungspartner. Die Teilnahme ist kostenfrei. www.jumpp.de/unternehmerinnen-tag19

Start-ups meet Corporates (Matchmaking)

Mittwoch, 28. August,
13.30 bis 18 Uhr
Bei diesem Matchmaking-Event bringt IHK Hessen innovativ Start-ups mit Digitalkompetenzen mit etablierten Unternehmen im E-Health-Sektor zusammen. Der Austausch wird im Rahmen des E-Health-Kongresses am 28. August 2019 organisiert. www.ihk-hessen-innovativ.de



Weitere Infos sowie eine komplette Veranstaltungsübersicht finden Sie unter

www.frankfurt-main.ihk.de/veranstaltungen

Die Teilnahme ist teilweise gebührenpflichtig.

12. Energieeffizienz-Messe

Dienstag und Mittwoch, 3. und 4. September, ab 10 Uhr
Rund 400 Experten stellen an Messeständen und in über 50 Workshops und Fachvorträgen aktuelle Lösungen, Trends und Erfolgsbeispiele rund um die Themen Energiesparen, Energieeffizienz und Energiemanagement vor. www.energieeffizienz-messe.de

Azubi-Speed-Dating

Donnerstag, 19. September,
10 bis 15 Uhr
Beim Azubi-Speed-Dating haben Bewerber und Unternehmen jeweils zehn Minuten Zeit, sich persönlich kennen zu lernen. Firmen haben damit die Chance, ihre noch offenen Ausbildungsplätze für den Herbst zu besetzen. www.frankfurt-main.ihk.de/speed-dating

Führung durch das IHK-Gebäude am Börsenplatz

Freitag, 27. September,
16 bis 17 Uhr

NewKammer

Donnerstag, 31. Oktober, 18 Uhr



Foto: Jochen Müller

NACHHALTIGKEIT

Vom Arbeitskreis zum Ausschuss

Nach knapp viereinhalb Jahren erfolgreicher Arbeit ist der Arbeitskreis Nachhaltigkeit durch einen Beschluss der Vollversammlung Anfang Mai in einen Ausschuss transformiert worden. Der Arbeitskreis hatte 2016 ein Positionspapier zum nachhaltigen Wirtschaften erarbeitet, 2017 wurde das Kompetenzzentrum Nachhaltigkeit in der IHK Frankfurt gegründet. Vorsitzender des Ausschusses ist Joerg Weber (v. 1. v. l.), Vorstand, Bürger AG für regionales und nachhaltiges Wirtschaften, Stellvertreterin ist Dr. Alexandra von Winning (v. 2. v. l.), Geschäftsführerin, Inhaberin, Lust auf besser Leben.

IHK-SERVICE

Geschäftsbericht online



Wie viele Ausbildungsverhältnisse betreut die IHK? Wie viele Mitarbeiter hat die IHK? Wie haben sich die IHK-Beiträge entwickelt? Angaben zu diesen und anderen Sachverhalten bei der IHK

Frankfurt finden Sie im IHK-Geschäftsbericht 2018 auf der IHK-Webseite.

Sicher & stressfrei arbeiten. Robuste Industrie- & Outdoor IT. Ab € 494,95 zzgl. 19% MwSt.



- ✓ Fallschutz
 - ✓ Stoßschutz
 - ✓ Spritzwasserschutz
 - ✓ Temperaturschutz
 - ✓ MIL STD 810G
 - ✓ IP 5x, 53, 65, 67
- 36 Monate Garantie



Mit
Test- &
Demo
Shop

Verkauf & Service Rhein-Main

BULLMAN GmbH & Co.KG
Alt Falkenstein 33, 61462 Königstein
Tel. 06174 969 1100
<http://www.bullman.de>

Foto: Bernd Kammerer



IHK-Präsident Ulrich Caspar (l.) und Frankfurts Oberbürgermeister Peter Feldmann (r.).



Wirtschaftsdezernent Markus Frank (l.) im Gespräch mit dem neuen IHK-Präsidenten Ulrich Caspar (r.).

Foto: Stefan Kruttsch

STANDORTPOLITIK

Antrittsbesuche im IHK-Bezirk

Rund einen Monat nach der Wahl zum neuen Präsidenten der IHK Frankfurt ist der Terminkalender von Ulrich Caspar gut gefüllt. Ganz oben auf seiner Agenda stehen zu Beginn seiner Amtszeit diverse Antrittsbesuche. So traf er in den Landkreisen Hochtaunus und Main-Taunus die Landräte Ulrich Krebs und Michael Cyriax.

Die Schwerpunktthemen der regionalen Wirtschaftsförderung seien die Verbesserung des Wohnungsangebots durch mehr Baulandausweisung sowie bessere Verbindungen für Pendler, betonte Caspar. Bei diesen Aufgaben wollen die beiden Landkreise und die IHK auch künftig eng zusammenarbeiten.

Bei einem Treffen mit Frankfurts Oberbürgermeister Peter Feldmann hob der neue IHK-Präsident die kraftvolle

wirtschaftliche Entwicklung der Mainmetropole und das damit einhergehende Bevölkerungswachstum hervor. Dies führe zu einer Zunahme von Flächenkonflikten, denn verschiedene Nutzungen konkurrierten um das begrenzte Flächenangebot: „Wir benötigen daher mehr Ausweisungen von Bauland für Gewerbe, Industrie und Wohnungsbau.“

Weit oben auf der Agenda stünden aus Sicht der Wirtschaft die Themen Erreichbarkeit, funktionierender Verkehr und umweltverträgliche Mobilität, sagte Caspar beim Gespräch mit Markus Frank, Stadtrat und Wirtschaftsdezernent. „Wir möchten die Stadt Frankfurt aufrufen, einen integrierten Gesamtverkehrsplan zu erarbeiten, der den Verkehrsfluss für alle Verkehrsmittel sicherstellt und umweltverträgliche Mobilität im Sinne der Unternehmen ermöglicht.“

Foto: MTK/Latsch



Antrittsbesuch im Main-Taunus-Kreis (v.l.): Matthias Gräßle, Hauptgeschäftsführer, IHK Frankfurt, Madlen Overdick, Kreisbeigeordnete, Johannes Baron, Kreisbeigeordneter, Ulrich Caspar, Präsident, IHK Frankfurt, Michael Cyriax, Landrat, und Valentina Scheu, Leiterin, IHK-Geschäftsstelle. Antrittsbesuch im Hochtaunus-Kreis (v.l.): Ulrich Krebs, Landrat, Valentina Scheu, Leiterin, IHK-Geschäftsstelle, Ulrich Caspar, Präsident, IHK Frankfurt, und Katrin Hechler, Kreisbeigeordnete.



Foto: Hochtaunuskreis

EHRENAMT

**Prof. Mathias Müller**

Die Vollversammlung hat Prof. Mathias Müller, von 2009 bis 2019 Präsident der IHK Frankfurt, zum Ehrenpräsidenten ernannt. Während seiner Amtszeit hat er viele Weichen für die Zukunft gestellt, vor allem aber in herausragender Weise die Entwicklung der Metropolregion FrankfurtRheinMain vorangetrieben und im Namen der IHK Frankfurt wesentliche Impulse für die Weiterentwicklung des Wirtschaftsstandorts gegeben.

**Andreas Eiling**

Am 20. Juni feierte Andreas Eiling, Geschäftsführer, Ausbilder-Akademie, Friedrichsdorf, seinen 50. Geburtstag. Die Ausbilder-Akademie ist ein Bildungs- und Beratungsunternehmen für Ausbildungsbetriebe, Ausbilder, Ausbildungsbeauftragte und Auszubildende. Er ist stellvertretender Vorsitzender des IHK-Ausschusses Bildungswirtschaft, Mitglied in IHK-Prüfungsausschüssen und in der Vollversammlung.

EXISTENZGRÜNDUNG

Was die IHK ihren NewKammern alles bietet

Kurz nach dem Start als Unternehmer stellen sich vielen Gründern viele Fragen: Verträge, Buchführung, Steuern, Marketing, Produkthanforderungen. Die IHK bietet zu den meisten dieser Themen meist kostenlose Hilfestellungen an. Aber woher soll man wissen, wie man da herankommt? Ein guter Weg ist die Teilnahme am NewKammer-Abend, zu dem die IHK die Mitglieder einlädt, die in den vergangenen zwölf Monaten ein neues Unternehmen im IHK-Bezirk angemeldet haben oder neu als Geschäftsführer in ein Unternehmen eingetreten sind. Nächster Termin: 31. Oktober. www.frankfurt-main.ihk.de/veranstaltungen



Foto: Goetzke Photographie

IMPRESSUM

Mitteilung der Industrie- und Handelskammer
Frankfurt am Main

IHK WirtschaftsFORUM

**Unternehmermagazin 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**

Reinhard Fröhlich, Geschäftsführer,
Unternehmenskommunikation,
IHK Frankfurt

Chefredakteurin

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

Abonnements, Adressänderungen

Cornelia Heizing
Telefon 069/2197-1204
E-Mail c.heizing@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 Handelskammer Frankfurt am Main wieder.

Titelbild: Getty Images/Pixelchrome Inc

Verlag

Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG
Sontraer Straße 6
60386 Frankfurt am Main
Geschäftsführung Ralf Zarbock

Anzeigenleitung

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

Internet

www.zarbock.de/wifo

Grafik

Druck- und Verlagshaus Zarbock

Anzeigenpreisliste

Nr. 120 vom 1. November 2018
Internet www.zarbock.de/wifo

Druck

Societätsdruck, Frankfurt

Der Bezug des IHK-Magazins erfolgt im Rahmen der grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied der IHK. Das IHK WirtschaftsForum ist für Mitgliedsunternehmen der IHK Frankfurt am Main kostenlos. Nichtmitglieder können das Unternehmermagazin für FrankfurtRheinMain abonnieren. Das Jahresabo kostet für Nichtmitglieder 30 Euro, das Einzel-exemplar 2,50 Euro. Das IHK WirtschaftsForum erscheint am Anfang jeden Monats, Doppelausgaben im Juli/August und Dezember/Januar.

Vollbeilage

Wortmann AG, Hüllhorst



RECHTS- UND STEUERTIPPS

Banking-Trojaner zulasten des Onlinebanking-Kunden

Ein Onlinebanking-Kunde ist verpflichtet, vor jeder TAN-Eingabe den auf dem Mobiltelefon angezeigten Überweisungsbetrag und die dort ebenfalls genannte Ziel-IBAN zu überprüfen. Unterlässt er dies und kommt es zu einem Schaden durch eine im Zusammenhang mit einem Banking-Trojaner ausgeführte Überweisung, haftet das Geldinstitut nicht. (Beschluss des Oberlandesgerichts Oldenburg vom 21. August 2018)

Bundesrat billigt Brückenteilzeit

Die Reduzierung der Arbeitszeit ist seit diesem Jahr erleichtert: Der Bundesrat hat am 23. November die Einführung der Brückenteilzeit gebilligt. Sie ermöglicht Arbeitnehmern in Betrieben, ihre Arbeitszeit für ein bis fünf Jahre zu reduzieren. Besondere Gründe wie Kindererziehung oder Pflege von Angehörigen müssen die Beschäftigten für die Brückenteilzeit nicht geltend machen. Bei kleineren Betrieben mit bis zu 200 Beschäftigten gelten abweichende Regelungen beziehungsweise bei kleineren Betrieben mit bis zu 45 Beschäftigten gilt der Anspruch nicht.

Aggressives Telefonmarketing: 300 000 Euro Bußgeld

Das von der Bundesnetzagentur wegen unerlaubter Telefonwerbung verhängte Bußgeld sei zum Schutz der Marktforschung und allen anderen, die auf ein Vertrauen der Bevölkerung in Anrufe angewiesen sind, notwendig. Telefonisch geworben wurde über Subunternehmen für einen Wechsel des Strom- oder Gasversorgers, ohne die Zustimmung der Betroffenen eingeholt zu haben. Mehr als 6 000 Verbraucher hatten sich beschwert. Die Anrufer waren oftmals gegenüber den Verbrauchern äußerst hartnäckig, aggressiv, beleidigend und teilweise bedrohend aufgetreten. Die Betroffenen sind zudem häufig mehrmals kontaktiert worden, obwohl sie weitere Anrufe bereits im ersten Gespräch untersagt hatten.

Servicetelefonnummer in Muster-Widerrufsbelehrung erforderlich

Das Schleswig-Holsteinische Oberlandesgericht hat die Rechte von Verbrauchern gestärkt. In einer Entscheidung hat der Senat ausgesprochen, dass Unternehmer, die Waren

und Dienstleistungen über das Internet vertreiben und dabei die gesetzlich angebotene Muster-Widerrufsbelehrung verwenden, in dieser Belehrung eine bereits vorhandene Servicetelefonnummer angeben müssen. (Urteil vom 10. Januar 2019)

Marke wird durch neutrale Wiederbefüllung verletzt

Grundsätzlich wird eine Marke verletzt, wenn ein mit der Marke des Originalherstellers gekennzeichnetes wiederbefüllbares Behältnis mit Waren eines anderen Herstellers nachgefüllt wird und der Verkehr die Marke auf dem Behältnis als Hinweis nicht nur auf die betriebliche Herkunft des Behältnisses, sondern auch auf die betriebliche Herkunft des Inhalts versteht. Der Bundesgerichtshof (BGH) stellt zur maßgeblichen Verkehrsauffassung auf das allseits bekannte europäische Verbraucherleitbild ab, also auf „die mutmaßliche Wahrnehmung eines durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistung“. (Urteil des BGH vom 17. Oktober 2018)

HEUTE SCHON GEAPPT?



www.frankfurt-main.ihk.de/wifo-app

Neue Umsatzsteuerregeln

Ab 1. Januar 2020 gelten neue Regeln für innergemeinschaftliche Lieferungen, Reihengeschäfte und Konsignationslager. Unternehmer sollten rechtzeitig prüfen, ob sie steuerliche Prozesse anpassen müssen.

Wichtige Änderungen der EU-Mehrwertsteuer-Regeln, die sogenannten Sofortmaßnahmen, treten zum 1. Januar 2020 in Kraft. Ein deutsches Umsetzungsgesetz dazu wurde im Mai als Entwurf vorgestellt. Die neuen Regeln sind für Unternehmen bedeutend, die am innergemeinschaftlichen Warenverkehr teilnehmen.

Strengere Regeln für die Steuerfreiheit

Bisher können nach der Rechtsprechung innergemeinschaftliche Lieferungen auch dann steuerfrei sein, wenn der Kunde keine gültige Umsatzsteuer-Identifikationsnummer übermittelt hat. Dies ändert sich: Nach den neuen Regeln ist diese Nummer zwingende Bedingung für die Steuerbefreiung. Außerdem muss der Lieferant die Lieferung in seiner Zusammenfassenden Meldung angeben haben, damit sie steuerfrei sein kann. Die entsprechende Vorgabe der Europäischen Union will Deutschland in vollem Umfang umsetzen.

Erstmals werden Konsignationslager mehrwertsteuerlich definiert – und zwar als Warenbestand im EU-Ausland, der für einen bestimmten Kunden vorgesehen ist, und bei dem der Lieferant nicht im entsprechenden Land ansässig ist. Bisher bestanden für solche Lager je nach Staat vollkommen unterschiedliche Mehrwertsteuerregeln, aus denen sich ergab, ob sich der Lieferant lokal registrieren musste oder nicht.



Foto: Gettyimages / yoh4nn

Aufzeichnungspflichten beachten

Zukünftig ist bei feststehenden Abnehmern keine Registrierung mehr notwendig, wenn die Ware innerhalb von spätestens zwölf Monaten entweder ausgeliefert oder zurückgeschickt wird. Allerdings müssen verschiedene Aufzeichnungspflichten beachtet werden. Deutschland wird die entsprechende Vorschrift voll umsetzen. Dies sollte für viele Unternehmen Erleichterungen bei der umsatzsteuerlichen Compliance bewirken.

Rechtssichere Abwicklung für Reihengeschäfte

Reihengeschäfte, also Warenlieferungen zwischen mehr als zwei Unternehmen, bei denen die Ware direkt bewegt wird, sind regelmäßig Gegenstand rechtlicher Unsicherheiten bei der Umsatzsteuer. Es ist nämlich oftmals sehr schwierig festzustellen, welche der Lieferungen als innergemeinschaftliche Lieferung oder Ausfuhrlieferung steuerbefreit ist, und wo sich der umsatzsteuerliche

Lieferort der anderen Lieferungen befindet.

Zukünftig gibt es eine widerlegbare Vermutung für innergemeinschaftliche Reihengeschäfte, bei denen der mittlere Unternehmer sich um den Transport kümmert: Grundannahme ist dann, dass die steuerfreie innergemeinschaftliche Lieferung an diesen Unternehmer erfolgt. Tritt er jedoch unter einer Umsatzsteuer-Identifikationsnummer aus dem Abgangsland auf, verwandelt sich die Lieferung in eine steuerpflichtige Inlandslieferung.

Neue Standardnachweise

Deutschland wird diese neue Regelung umsetzen und plant zusätzlich nach ähnlichem Muster eine Standardregelung auch für Warenbewegungen aus und nach Ländern außerhalb der Europäischen Union. Mit den neuen Regeln werden bestimmte Reihengeschäfte einfacher und rechtssicherer abgewickelt. Allerdings müssen die Unternehmen ihre Steuerfindungsprozesse eventuell neu einstellen.

Bisher regelt jedes Land selbst, wie ein Unternehmen eine steuerfreie innergemeinschaftliche Lieferung nachweisen

muss. Deutschland hat sich zum Beispiel als Regelnachweis seit 2013 für die sogenannte Gelangensbestätigung entschieden, gestattet jedoch je nach Transportart und Transportverantwortung auch andere Nachweise.

Durch eine Änderung der Mehrwertsteuerverordnung der Europäischen Union sollen zukünftig Kombinationen aus verschiedenen Standardnachweisen (zum Beispiel Frachtbriefe, Empfangsbestätigungen, Transportversicherungsbelege, Speditionsrechnungen, Zahlungsbelege) in allen Staaten akzeptiert werden. Da die Verordnung unmittelbar wirksames Unionsrecht ist, plant Deutschland kein Umsetzungsgesetz.

Außerdem will Deutschland dem Vernehmen nach die Möglichkeit nutzen, die geltenden Nachweisregeln beizubehalten. Andere Staaten scheinen dagegen ihr nationales Recht ändern zu wollen. Noch bestehen erhebliche Unklarheiten, wie die neuen Standardnachweise zu verstehen sind, weil sie relativ praxisfern definiert wurden und in manchen Lieferkonstellationen die Bedingung, dass die Nachweise von unabhängigen Personen auszustellen sind, kaum erfüllbar erscheint.



DER AUTOR



Robert Prätzler

Partner, PricewaterhouseCoopers,
Frankfurt
robert.clemens-pratzler@pwc.com

STEUERFÄLLIGKEITEN IM JULI

Staatssteuern

Am 10. Juli 2019 werden fällig: Umsatzsteuer-/Mehrwertsteuer-Vorauszahlungen für den Monat Juni 2019 der Monatszahler. Monatszahler ist jeder Unternehmer, dessen Umsatzsteuer im Kalenderjahr 2018 mehr als 7 500 Euro betragen hat; Monatszahler sind auch solche Unternehmer, die ihre berufliche oder gewerbliche Tätigkeit im Jahr 2018 oder 2019 aufgenommen haben (Existenzgründer).

Umsatzsteuer-/Mehrwertsteuer-Vorauszahlungen für das zweite Quartal 2019 der

Vierteljahreszahler, wenn die Umsatzsteuer im Kalenderjahr 2018 nicht mehr als 7 500 Euro betragen hat.

Hat die Umsatzsteuer im Kalenderjahr 2018 nicht mehr als 1 000 Euro betragen, kann das Finanzamt den Unternehmer von der Verpflichtung zur Abgabe der Voranmeldungen und Entrichtung der Vorauszahlungen befreien.

Im Juni 2019 einbehaltene Lohn- und Kirchensteuer sowie einbehaltener Solidaritätszuschlag, wenn die für das Kalenderjahr 2018

abzuführende Lohnsteuer mehr als 5 000 Euro betragen hat.

Für das zweite Quartal 2019 einbehaltene Lohn- und Kirchensteuer sowie einbehaltener Solidaritätszuschlag, wenn die für das Kalenderjahr 2018 abzuführende Lohnsteuer mehr als 1 080 Euro, aber nicht mehr als 5 000 Euro betragen hat.

Im Juni 2019 einbehaltene Bauabzugsteuer (Abführung an das für den beauftragten Bauunternehmer zuständige Finanzamt; Infos unter www.finanzamt.de)

Qualitätsmerkmale beachten

Made in Germany: Produkte mit dieser Aufschrift sind besonders hochwertig. Doch wann dürfen Unternehmen diese Herkunftsangabe überhaupt verwenden? Im Folgenden ein Überblick über die rechtlichen Aspekte.

Als geografische Herkunftsangabe genießt die Bezeichnung „Made in Germany“ zunächst kennzeichenrechtlichen Schutz gemäß §§ 126ff. Marken-gesetz (MarkenG). Solche Angaben dürfen im geschäftlichen Verkehr nicht für Waren oder Dienstleistungen benutzt werden, die nicht aus dem Ort, der Gegend, dem Gebiet oder dem Land stammen, das die Angabe bezeichnet, wenn dadurch eine Gefahr der Irreführung über die geografische Herkunft besteht.

Regionale Besonderheiten

Mit der Angabe „Made in Germany“ werden jedoch nicht nur eine geografische Herkunft, sondern auch regionale Besonderheiten hinsichtlich der Qualität verbunden. Für derartige Herkunftsangaben besteht ein weitergehender gesetzlicher Schutz gemäß §§ 127 Abs. 2, Abs. 3 MarkenG. Daneben unterliegt die Benutzung der Angabe „Made in Germany“ dem Lauterkeitsrecht, wobei hier das wettbewerbsrechtliche Irreführungsverbot die zentrale Rolle spielt. Verstöße gegen die vorgenannten Regelungen können schnell zu kostenpflichtigen Abmahnungen führen.

Herstellungsprozess ist entscheidend

Bei einer Herkunftsangabe wie „Made in Germany“ – also „Hergestellt in Deutschland“ – kommt es wenig überraschend darauf an, wo das entsprechende Produkt hergestellt wird. Durch Globalisierung und Outsourcing kommt es nur noch selten vor, dass die Her-

oft, welcher Anteil der Ware also in Deutschland hergestellt werden muss, damit noch mit dieser Qualitätsbezeichnung geworben werden darf.

Es ist nicht die vollständige Produktion in Deutschland notwendig, um die Bezeichnung zu verwenden. Allerdings sind diese Fälle die einzigen, in denen diese Werbung tatsächlich risikofrei ist. In allen Fällen, in denen auch Teilprozesse der Herstellung im Ausland stattfinden, hängt es von einer Einzelfallbetrachtung ab, ob die Herkunftsangabe den Verbraucher irreführen könnte.

Foto: Picture-Alliance / ZB

Made in Germany



stellung eines Produkts von Anfang bis Ende in einem einzigen Land erfolgt. Stattdessen ist es sehr häufig so, dass Unternehmen Rohstoffe aus einem anderen Land einkaufen und diese dann zum fertigen Produkt weiterverarbeiten. Deshalb fragen sich Unternehmer

Design und Know-how unerheblich

Auch wenn es insoweit keine klaren Richtlinien gibt, haben sich aus der Rechtsprechung dennoch einige Rahmenbedingungen herauskristallisiert. Demnach ist es laut einem Urteil des Bundesgerichtshofs (BGH) erforderlich, dass der maßgebliche Herstellungsvorgang, bei dem die Ware die aus Sicht des Verkehrs im Vordergrund stehenden qualitätsrelevanten Bestandteile oder wesentlichen produktspezifischen Eigenschaften erhält, in Deutschland stattgefunden hat. Bei industriellen Erzeugnissen, deren Wert vornehmlich in der Verarbeitung liegt, ist es grundsätzlich unerheblich, ob die

verwendeten Rohstoffe oder Halbfabrikate deutschen Ursprungs sind.

Teilweise werden auch Produkte als made in Germany gekennzeichnet, die zwar im Ausland produziert, aber dort nach deutschen Qualitätsstandards, nach deutschen Patenten oder nach deutschem Design angefertigt wurden. Das ist nicht zulässig. Hierzu hat der BGH zutreffend ausgeführt: Von der Aussage „Made in ...“ erwartet der Verbraucher auch, dass das Produkt (zumindest maßgeblich) in dem entsprechenden Land hergestellt wurde.

Einzelne Teile aus dem Ausland zulässig

Wenn einzelne Komponenten, die aber für die Wertbildung des Endprodukts nur unwesentlich sind, aus dem Ausland stammen, ist „Made in Germany“ noch nicht ausgeschlossen. Das hat auch das Oberlandesgericht (OLG) Stuttgart bestätigt. Dennoch ist hier aber Vorsicht geboten: Das OLG Düsseldorf urteilte,

dass ein Besteckset, bei dem lediglich die Messer zu einem wesentlichen Teil im Ausland hergestellt und in Deutschland nur noch poliert und verpackt worden waren, nicht als made in Germany vertrieben werden durfte.

Andererseits hat das OLG Köln entschieden, dass Brennkolben für Kraftfahrzeuge, die zwar aus Rohlingen italienischer Herstellung angefertigt werden, dennoch das begehrte Prädikat tragen dürfen, weil noch zusätzliche 15 Arbeitsschritte notwendig sind, damit aus einem Rohling ein verkäufliches Endprodukt wird. Diese – den Wert des Brennkolbens bildenden – Arbeitsschritte waren allesamt in Deutschland erfolgt. Diese Beispiele zeigen: Nur wenn der wesentliche Teil der Wertbildung der Waren tatsächlich in Deutschland hergestellt wird, ist die Angabe „Made in Germany“ unbedenklich. In allen anderen Fällen hängt die Zulässigkeit vom Einzelfall ab und ist im Zweifel eher als unzulässig einzustufen.



DER AUTOR



Lazar Slavov

Rechtsanwalt, Legal Consultant,
Trusted Shops, Köln
info@trustedshops.de

STEUERFÄLLIGKEITEN IM AUGUST

Staatssteuern

Am 12. August 2019 werden fällig: Umsatzsteuer-/Mehrwertsteuer-Vorauszahlung für den Monat Juli 2019 der Monatszahler. Monatszahler ist jeder Unternehmer, dessen Umsatzsteuer im Kalenderjahr 2018 mehr als 7 500 Euro betragen hat; Monatszahler sind auch solche Unternehmer, die ihre berufliche

oder gewerbliche Tätigkeit im Jahr 2018 oder 2019 aufgenommen haben (Existenzgründer).

Im Juli 2019 einbehaltene Lohn- und Kirchensteuer sowie einbehaltener Solidaritätszuschlag, wenn die für das Kalenderjahr 2018 abzuführende Lohnsteuer mehr als 5 000 Euro betragen hat.

Im Juli 2019 einbehaltene Bauabzugsteuer (Abführung an das für den beauftragten Bauunternehmer zuständige Finanzamt; Infos unter finanzamt.de).

Kommunale Steuern

Am 15. August 2019 werden Gewerbesteuer- und Grundsteuer-Vorauszahlung fällig.

HANDELSRICHTER

Der Präsident des Landgerichts Frankfurt am Main hat auf gutachterlichen Vorschlag der Industrie- und Handelskammer **Gisela Schreiber** ab 16. Juni 2019 für fünf Jahre zur Handelsrichterin 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.

RECHTSANWALT WERNER LÖFFLER
In der Au 25 · 61440 Oberursel
Tel. 06054/909330-0 · www.anwaltskanzlei-loeffler.de



**Fachanwalt für
Bau- und
Architektenrecht**



Anmeldungen zu den kaufmännischen Abschlussprüfungen Winter 2019/2020

Die hessischen Industrie- und Handelskammern führen im Winter 2019/2020 Abschlussprüfungen in kaufmännischen und kaufmännisch-verbundenen Ausbildungsberufen von November 2019 bis Ende Januar 2020 durch.

Die Anmeldungen zu den Abschlussprüfungen der Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main sind bis spätestens **1. September 2019** im Geschäftsfeld Aus- und Weiterbildung der Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main einzureichen. Anmeldungen, die nach dem o. g. Termin eingehen, können nicht mehr berücksichtigt werden.

Zur Winterprüfung 2019/2020 sind von den Ausbildungsbetrieben anzumelden beziehungsweise können sich selbst anmelden:

- Auszubildende, deren Ausbildungszeit (beziehungsweise Ausbildungsstufe) bis zum 30. April 2020 endet.

- Auszubildende, deren Ausbildungszeit nach dem 30. April 2020 endet und die die Prüfung vorzeitig ablegen wollen.

- Wiederholer (auch Teilwiederholungen).

- Bewerber, die aufgrund ihrer Berufstätigkeit an der Prüfung teilnehmen wollen (Externenprüfung).

Prüfungstermine

Die schriftlichen Prüfungen finden voraussichtlich wie folgt statt:

Kaufmännische und kaufmännisch-verbundene Ausbildungsberufe

Dienstag, 26. November 2019

Mittwoch, 27. November 2019

Die mündlichen / praktischen Prüfungen in den kaufmännischen / kaufmännisch-verbundenen Ausbildungsberufen finden voraussichtlich wie folgt statt:

13. Januar bis 31. Januar 2020

Änderungen vorbehalten.

Beachten Sie bitte folgende Hinweise:

- Verwenden Sie nur IHK-Anmelde- und -Antragsformulare und reichen Sie diese rechtzeitig und vollständig ein.

- Fügen Sie den Anmeldungen keine Ausbildungsverträge oder andere Originalunterlagen bei.

- Verwenden Sie bei dem Antrag auf vorzeitige Zulassung zur Prüfung das hierfür vorgesehene Antragsformular.

- Fügen Sie dem Antrag für die Externenprüfung die Bescheinigungen über die bisherige Berufstätigkeit und über die berufliche Aus- und Fortbildung (Lehrgänge) bei.

Kontakt

Jessica Ferreira da Fonte, Team Kaufmännische Ausbildungsprüfungen, Geschäftsfeld Aus- und Weiterbildung, IHK Frankfurt, Börsenplatz 4, 60313 Frankfurt, Telefon 0 69 / 21 97-12 27, Fax 0 69 / 21 97-15 55, E-Mail j.ferreira@frankfurt-main.ihk.de

Anmeldungen zu den Abschlussprüfungen Technische Ausbildungsberufe und IT-Berufe / Winter 2019/2020

Die Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main führt im Winter 2019/2020 Abschlussprüfungen in den technischen Ausbildungsberufen sowie IT-Berufen von Anfang November 2019 bis Ende Februar 2020 durch.

Die Anmeldungen zu den Abschlussprüfungen sind bis spätestens **1. September 2019** im Geschäftsfeld Aus- und Weiterbildung der Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main einzureichen. Anmeldungen, die nach dem o. g. Termin eingehen, können nicht mehr berücksichtigt werden.

Zur Winterprüfung 2019/2020 sind von den Ausbildungsbetrieben anzumelden beziehungsweise können sich selbst anmelden:

- Auszubildende, deren Ausbildungszeit (beziehungsweise Ausbildungsstufe) bis zum 30. April 2020 endet,

- Auszubildende, deren Ausbildungszeit nach dem 30. April 2020 endet und die die Prüfung vorzeitig ablegen wollen,

- Wiederholer (auch Teilwiederholungen) und
- Bewerber, die aufgrund ihrer Berufstätigkeit an der Prüfung teilnehmen wollen (Externenprüfung).

Schriftliche Abschlussprüfungen

27. November 2019

IT-Berufe

3. Dezember 2019

Bau- und holztechnische Berufe, Bekleidungsberufe, elektrotechnische Berufe, elektrotechnische Berufe Teil 2, fahrzeugtechnische Berufe, gestalterische Berufe, metall- und kunststofftechnische

Berufe, naturwissenschaftliche, lebensmittel- und umwelttechnische Berufe, naturwissenschaftliche, lebensmittel- und umwelttechnische Berufe Teil 1

4. Dezember 2019

Bekleidungsberufe Teil 2, Druck-, Medien- und Papierberufe, fahrzeugtechnische Berufe Teil 2, metall- und kunststofftechnische Berufe Teil 2, naturwissenschaftliche, lebensmittel- und umwelttechnische Berufe Teil 2, Werkfeuerwehrmann/-frau, Mediengestalter/-in Bild und Ton

Praktische Abschlussprüfungen

4. November 2019 bis 28. Februar 2020

Konstruktionsberufe

2. Dezember 2019 bis 28. Februar 2020

Alle Berufe, ausgenommen Bauzeichner/-in, Industrieelektriker/-in, Konstruktionsberufe

3. Dezember 2019 bis 28. Februar 2020

Industrieelektriker/-in

14. Januar bis 16. Januar 2020

Bauzeichner/-in

21. Januar 2020

Technische/-r Systemplaner/-in Stahl- und Metallbautechnik

Änderungen vorbehalten.

Musteraufgaben mit Lösungen zur Prüfungsvorbereitung können bestellt werden bei:

U-Form Verlag, Cronenberger Straße 58, 42651 Solingen (www.u-form-shop.de); Dr. Ing. Paul Christiani GmbH & Co. KG, Hermann-Hesse-Weg 2, 78464 Konstanz (www.christiani.de); ZFA Medien, Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien, Wilhelmshöher Allee 260, 34131 Kassel (www.zfamedien.de)

Materialbereitstellungslisten sind zu finden unter: www.ihk-pal.de

Beachten Sie bitte folgende Hinweise:

- Verwenden Sie nur IHK-Anmelde- und -Antragsformulare und reichen Sie diese rechtzeitig und vollständig ein.

- Fügen Sie den Anmeldungen keine Ausbildungsverträge oder andere Originalunterlagen bei.

- Verwenden Sie bei dem Antrag auf vorzeitige Zulassung zur Prüfung das hierfür vorgesehene Antragsformular.

- Fügen Sie dem Antrag für die Externenprüfung die Bescheinigungen über die bisherige Berufstätigkeit und über die berufliche Aus- und Fortbildung (Lehrgänge) bei.

- Über den genauen Zeitpunkt der einzelnen Prüfungen erhält der Prüfling rechtzeitig eine Einladung, die am Prüfungstag mitzubringen ist.

- Gemäß § 15 Berufsbildungsgesetz ist der Prüfling für die Zeit der Prüfung freizustellen.

Kontakt

Carolin Georgi, IHK Frankfurt, Aus- und Weiterbildung, Team Technische Aus-/Weiterbildungsprüfungen, Telefon 0 69 / 21 97-14 53, E-Mail c.georgi@frankfurt-main.ihk.de

ZURÜCKGEBLÄTTERT

Kampf um den Rundfunk

Foto: IHK-Mitteilungen 15. August 1959



In einem Gastbeitrag in den IHK-Mitteilungen vom 15. August 1959 ging der damalige Intendant des Hessischen Rundfunks, Eberhard Beckmann, rund 25 Jahre vor dem Start des Privatfernsehens in Deutschland auch auf die seinerzeit diskutierte Monopolstellung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ein.

Dem fatalen Drang nach ständig wachsender Ausdehnung der Sendezeiten tief in die Nacht und über den Tag hinweg haben die deutschen Rundfunkanstalten bisher widerstanden. Wohin es führen muß, wenn die zügellose Jagd nach dem Zuschauer beginnt, zeigen uns ausländische Beispiele. Das Niveau der Darbietungen sinkt, die Mittel der Anreizung werden gröber und häufiger. Wer die Versuchungen des Bildschirms kennt, wird eine Ordnung begrüßen, die dieser Tendenz entgegenwirkt. Hier wäre eine Konkurrenz, die nur das Geschäft belebt, fehl am Platze. Sie kann dem allgemeinen Wohl nicht dienen.

Die Internationale Funkausstellung findet seit 1924 in Berlin statt. Nur in den 50er- und 60er-Jahren wechselten die Veranstaltungsorte; 1959 war Frankfurt Schauplatz der Messe.

AUSFLUGSTIPP

Mein Lieblingsort

Von Ralph Weiß, Chief Operating Officer,
Main Access Capital, Frankfurt

Die Canyons von Mühlheim



Aus den ehemaligen Basaltsteinbrüchen bei Mühlheim-Dietesheim wurde eine traumhafte Seenlandschaft von mehr als 61 Hektar geformt. Neben dem Vogelsberg- und dem Oberwaldsee wird die reizvolle Landschaft durch eine Reihe kleinerer Seen ergänzt, welche seltenen Pflan-

zen und Tieren neuen Lebensraum schenken. Schöne Spazierwege führen über hohe Klippen und bizarre Felsformationen zu einzigartigen Aussichtspunkten, deren Highlight die sogenannte Canyon Bridge ist.



Foto: privat

Am Grünen See 1, 63165 Mühlheim-Dietesheim
Anfahrt (ÖPNV) mit der S8 oder S9 bis Haltestelle Mühlheim-Dietesheim, von dort aus etwa einen Kilometer zu laufen.



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.



Druck geht auch grün.

Top-Druckqualität ist für uns seit über 90 Jahren selbstverständlich. Als Frankfurter Unternehmen sind wir nicht auf der grünen Wiese, sondern in Ihrer Nähe. Grün ist aber unser verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt. Klimaneutraler Druck und die Verwendung von FSC- und PEFC-zertifizierten Papieren gehören ebenso dazu, wie die Wärmerückgewinnung aus unseren Maschinen, Ökofarben und Wasserlacke. Möchten auch Sie Ihre Printprodukte nachhaltiger gestalten? Rufen Sie uns an.

Ihr Druckprodukt ist bei uns in besten Händen:

- **Imagebroschüren**
- **Verkaufsfolder**
- **Magazine**
- **Nachhaltigkeitsberichte**
- **und natürlich auch Geschäftsberichte, Kataloge, Präsentationsmappen ...**



069 / 42 09 03-0



ZARBOCK

Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG
Sontraer Straße 6 · 60386 Frankfurt am Main
E-Mail: info@zarbock.de · Web: www.zarbock.de



Fortschritt ist einfach.



Sparkassen-Finanzgruppe
Hessen-Thüringen

Weil unsere Experten
Ihr Unternehmen mit der
richtigen Finanzierung
voranbringen:

Deutsche Leasing 

Die Landesbanken

Wenn's um Geld geht

