

IHK Wirtschafts**FORUM**

Ihr Unternehmermagazin für die Region FrankfurtRheinMain

A 4836 | Jahrgang 149

FOKUSTHEMA

Smarter Tourismus



**40_ Werbung und
die Fußball-WM**
Fifa-Regeln

**49_ „Ein besseres
Leben für alle“**
World Design Capital

**52_ IHK-Präsident
feiert 70. Geburtstag**
Ehrenamt

**Liebe Leserinnen, liebe Leser!**

Happy Birthday USA! Die größte Demokratie und Marktwirtschaft der westlichen Welt feiert am 4. Juli ihren 250. Geburtstag. Ein runder Geburtstag der liberalen Demokratie, die im letzten Jahrhundert Freiheit und Freihandel in die Welt getragen hat. Früher verkörperten John Wayne und General Motors den American Way of Life, heute sind es Taylor Swift und Tech-Konzerne wie Alphabet, Amazon und Meta. Sie stehen für die kulturelle Strahlkraft, die technologische Überlegenheit und die ökonomische Macht der USA.

„Happy Birthday USA – ein runder Geburtstag der liberalen Demokratie“

Wirtschaftlich sind die USA größter Handelspartner der deutschen Wirtschaft. Die Unternehmen in unserem IHK-Bezirk profitieren ganz besonders von den engen Geschäftsbeziehungen mit den USA: dank Flughafen, Finanzplatz und Messe sowie als europäische Digitalhauptstadt.

Für unsere Sicherheit war und ist die transatlantische Wertepartnerschaft zentral. Der Schutzschirm der Nato sichert auch die wirtschaftliche Handlungsfreiheit unserer Unternehmen. Natürlich, die Partnerschaft ist getrübt. Die US-Zollpolitik und das Infragestellen der regelbasierten Ordnung durch die amerikanische Regierung schaden der Wirtschaft weltweit. Trotzdem sollten wir für den Erhalt der transatlantischen Partnerschaft eintreten. Vergessen wir nicht: Die großen Opfer der amerikanischen Soldaten im Zweiten Weltkrieg haben uns Freiheit, Demokratie, Rechtsstaat und Prosperität erst ermöglicht.

Wir haben gute Gründe, dem Geburtstagskind zu danken und zu gratulieren. Auch in der IHK feiern wir einen runden Geburtstag: Unser Präsident wird 70 Jahre, mehr auf Seite 56. Happy Birthday, Ulrich Caspar!

Dr. Clemens Christmann

Hauptgeschäftsführer, IHK Frankfurt



06|07_

FOKUSTHEMA

Smarter Tourismus

Künstliche Intelligenz und smarte Services verändern das Reisen grundlegend. Wer heute wettbewerbsfähig bleiben will, muss seine Geschäftsmodelle überdenken und anpassen.



3_ Vorwort**6_ Kurzmeldungen****Fokusthema Smarter Tourismus**

- 10_ Digitalisierung: Mehr Daten, mehr Erlebnis
- 22_ ITB Berlin: „Echte Gastfreundschaft stärken“
- 24_ Croowy: Excel-Tabelle war gestern
- 26_ Künstliche Intelligenz: Die neue Logik im Tourismus
- 28_ Viral Spoon: Turbo für virale Posts

Unternehmensreport

- 32_ Meder: Den Wandel meistern
- 34_ Zur goldenen Kron: „Komm, wir gehen zum René“

Unternehmenspraxis

- 38_ Finnland: Innovation braucht Mut
- 40_ Fifa-Regeln: Werbung und die Fußball-WM

Metropolregion FrankfurtRheinMain

- 42_ Frankfurter Flughafen: Zentraler Standortfaktor
- 45_ Hesttag gab den Impuls
- 49_ World Design Capital: „Ein besseres Leben für alle“

IHK intern

- 52_ IHK-Präsident: Ulrich Caspar wird 70

Recht und Steuern

- 56_ Produktangaben: Mehr Transparenz für Kunden

Aus- und Weiterbildung

- 58_ IHK-Bildungszentrum

- 66_ Zurückgeblättert | Vorschau

HESSEN

Kammern übergeben Weißbuch



Die hessischen Kammerorganisationen haben Ende April im Wiesbadener Kurhaus ihr Weißbuch „Perspektiven der Infrastruktur – Versorgungssicherheit für Hessen“ an Heike Hofmann, hessische Arbeitsministerin, Prof. Kristina Sinemus, hessische Digital- und Innovationsministerin, sowie Ines Fröhlich, Staatssekretärin im Wirtschaftsministerium, übergeben. Es bündelt die Perspektiven der Freien Berufe, der Industrie und des Handwerks und formuliert Handlungsfelder, in denen aus Sicht der Praxis besonderer Handlungsbedarf besteht. Aus Sicht der hessischen IHKs sollten insbesondere drei Aspekte im Mittelpunkt stehen: zukunftsfähige Bildungs- und Qualifizierungsinfrastruktur als Grundlage der Fachkräftesicherung, leistungsfähige und verlässliche Verkehrs- und Mobilitätsinfrastruktur sowie der konsequente Ausbau der digitalen Netze und Verwaltungsstrukturen. www.hihk.de Weißbuch

AUSBILDUNG

Einstiegsqualifizierung als Alternative

Wenn Unternehmen Schwierigkeiten haben, geeignete Bewerber für eine duale Berufsausbildung zu finden, bietet sich der Weg über eine vorgeschaltete Einstiegsqualifizierung an. Dieses sozialversicherungspflichtige Praktikum findet vier bis zwölf Monate vor dem regulären Ausbildungsbeginn statt, mit dem Ziel, dass Betriebe potenzielle Auszubildende kennenlernen. Das Unternehmen erhält einen Zuschuss zur Praktikumsvergütung durch die Agentur für Arbeit / Jobcenter und eine Pauschale zur Sozialversicherung. www.frankfurt-main.ihk.de Einstiegsqualifizierung

INTERNATIONAL

Einführung des voll digitalen Carnet ATA

Zum 1. Juni wurde in der EU, Schweiz, Norwegen und dem Vereinigten Königreich das Carnet ATA als voll digitales Verfahren eingeführt. Es ersetzt die papierbasierte Abwicklung und ermöglicht eine durchgängig elektronische Beantragung, Verwaltung und Abfertigung mittels QR-Codes. Die Digitalisierung reduziert Fehlerquellen und leistet einen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit durch den Wegfall umfangreicher Papierdokumente. Es wird erwartet, dass in naher Zukunft weitere Länder das digitale Verfahren sukzessive übernehmen, um eine international einheitliche und medienbruchfreie Anwendung des Carnet-ATA-Verfahrens zu gewährleisten. Die IHK Frankfurt wird in Kürze weitere Infos zur Erstellung und Abwicklung des Carnet ATA zur Verfügung stellen.

INTERNATIONAL

Markteintritt in Wachstumsmärkte




Das Bundeswirtschaftsministerium unterstützt mit dem Außenwirtschaftsprogramm „Partnering in Business with Germany“ gezielt kleine und mittlere Unternehmen (KMU) beim Eintritt in Auslandsmärkte. Adressiert sind KMU aller Branchen, die ihre Exportaktivitäten ausbauen wollen. Seit 1998 wurde das Programm auf 22 Partnerländer ausgeweitet. Zuletzt kamen die Türkei in 2024 sowie Brasilien, Kenia, Kolumbien und Indonesien in 2025 hinzu. Damit ist das Programm auf wachstumsstarke Märkte ausgerichtet.



Foto: mauritius images / World Images, Alamy Stock Photos

INNOVATION

Digitalisierung in Deutschland

Deutschlands Unternehmen sind digital besser aufgestellt als häufig angenommen. Das zeigt die DIHK-Digitalisierungsumfrage 2026: Prozesse sind stabil, IT-Systeme funktionieren, Cybersicherheit gewinnt an Bedeutung und künstliche Intelligenz wird zunehmend eingesetzt. Gleichzeitig wird deutlich, dass der digitale Fortschritt an Dynamik verliert. Rechtliche Unsicherheiten, hohe bürokratische Anforderungen und langsame Verwaltungsprozesse bremsen Investitionen – insbesondere im Mittelstand. Für eine erfolgreiche digitale Transformation formulieren Unternehmen klare Erwartungen an Politik und Verwaltung: verlässliche Rahmenbedingungen, weniger Bürokratie, schnellere Infrastrukturausbauten und eine konsequent digitale, nutzerorientierte Verwaltung. www.dihk.de  Digitalisierungsumfrage

VERKEHR

Frankfurts erste Verkehrsampel

Vor 100 Jahren ist die erste Verkehrsampel Frankfurts in der Festhalle präsentiert worden. Während der Verkehrsregelschau wurde sie im April 1926 den Besuchern vorgeführt, ihre Premiere im Straßenbetrieb war allerdings erst am 7. April 1930. Deutschlandweit wurde die erste Verkehrsampel 1924 in Berlin installiert. Die erste Verkehrsampel Frankfurts, die an der Kreuzung Kaiserstraße / Neue Mainzer Straße probeweise in Betrieb ging, markiert den Startpunkt der elektrobetriebenen Verkehrssteuerung. Die Lichtsignalanlage wurde allerdings noch manuell von einem Verkehrspolizisten bedient mittels eines Schaltkastens auf dem Bürgersteig. 1937 wurde die Ampel wieder entfernt. Kriegsbedingt kamen Ampeln zur Verkehrsregelung in Frankfurt erst ab 1951 wieder zum Einsatz.



Foto: Messe Frankfurt

RECHT

E-Rechnungs-Pflicht für KMU



In einem 15-minütigen Expertenvideo des BIEG Hessen wird verständlich erklärt, warum die E-Rechnung kommt, was Unternehmen jetzt beachten müssen und wie sie pragmatisch damit umgehen. Sie erfahren, warum eine E-Rechnung kein PDF ist, sondern strukturierte Daten (zum Beispiel X-Rechnung / XML) und was das für Empfang, Prüfung, Validierung und Archivierung bedeutet. Außerdem geht es um sichere Empfangswege und darum, welche Tools helfen können – von einfachen Lösungen bis zu Software und Steuerberater-Tools.

UNTERNEHMENSFÖRDERUNG

LinkedIn-Unternehmensprofile im Fokus



Viele kleine und mittlere Unternehmen fragen sich: Lohnt sich ein Unternehmensprofil auf LinkedIn überhaupt, wenn Reichweite meist über Menschen entsteht und Ressourcen knapp sind? Im Expertenvideo des BIEG Hessen wird klar: Ja, es lohnt sich – aber nicht als Reichweitenmaschine, sondern als strategische Basis.



Foto: mauritius images / Daniel Constante, Alamy Stock Photos

UNTERNEHMENSFÖRDERUNG

Die Zukunft der Sichtbarkeit: Wie KI die Suchmaschinenoptimierung verändert



Im Expertenvideo des BIEG Hessen erfahren Unternehmen, wie sich durch KI-gestützte Suchmaschinenoptimierung (AIO) die Spielregeln der Sichtbarkeit im Web verändern. Erklärt wird unter anderem, weshalb SEO (Suchmaschinenoptimierung) trotz KI nicht verschwindet, worauf Unternehmen heute bei SEO unbedingt achten müssen und wie sie KI-Tools für die SEO-Strategie verwenden können.

IMPRESSUM

Mitteilung der Industrie- und Handelskammer
Frankfurt am Main

IHK WirtschaftsFORUM

Ihr Unternehmernmagazin für die Region
FrankfurtRheinMain

Herausgeber

Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main
Börsenplatz 4, 60313 Frankfurt am Main
Telefon 069 / 21 97-0, Fax 069 / 21 97-14 24
Internet www.frankfurt-main.ihk.de

**Verantwortlich für den Inhalt**

Patricia C. Borna, Geschäftsführerin,
Unternehmenskommunikation, IHK Frankfurt

Chefredakteurin

Petra Menke, Telefon 069 / 21 97-12 03
E-Mail wirtschaftsforum@frankfurt-main.ihk.de

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

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

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

Titelbild: iStockphoto / CoreDesignKEY

Verlag

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

Anzeigenleitung

Ralf Zarbock, Telefon 069 / 42 09 03-75
E-Mail verlag@zarbock.de

Grafik

Druck- und Verlagshaus Zarbock

Anzeigenpreisliste

Nr. 127 vom 1. November 2025

Druck

Dierichs Druck+ Media GmbH & Co. KG, Kassel



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

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

Ausgabedatum

8. Juni 2026

Beihfeiter

Haufe Lexware, Freiburg

Beilage

Wortmann AG; Hullhorst

FRANKFURT

Terminal 3 ins Liniennetz eingebunden

Foto: picture alliance / Markus Mainka

Die neue Sky Line am Frankfurter Airport.

Beschäftigte, Gäste und Flugpassagiere erreichen das neue Terminal 3 des Frankfurter Flughafens mit den Buslinien X14, X18, 65 und X77 sowie der neuen und für Fahrgäste kostenlosen Sky-Line-Bahn der Fraport. Die vier Buslinien verbinden das Terminal mit Städten wie Darmstadt, Groß-Gerau sowie dem Südwesten Frankfurts. Die neue Sky Line pendelt zwischen Terminal 3 und Terminal 1, an dem die S-Bahn sowie Regional- und Fernzüge halten, sodass diese Variante für Fahrten aus Richtung Wiesbaden, Mainz, Rüsselsheim, Offenbach, Hanau oder von der Frankfurter Innenstadt zum Terminal 3 die beste Wahl ist. www.rmv-frankfurt.de

INTERNATIONAL

Weltweite KI-Gesetzgebung im Überblick

Mit dem schnellen Fortschritt der künstlichen Intelligenz (KI) gewinnt auch ihre rechtliche Regulierung weltweit an Bedeutung. Immer mehr Länder entwickeln spezifische KI-Gesetze oder passen bestehende Regelwerke an. Der

neue Rechtsatlas KI von Germany Trade and Invest (GTAI) bietet erstmals einen umfassenden Überblick über diese globalen Entwicklungen. Er zeigt, welche Staaten bereits Gesetze verabschiedet oder Entwürfe vorgelegt haben – von Datenschutz und Menschenrechten bis hin zu Fragen der Rechtsstaatlichkeit.



Foto: mauritius images / iStock Images, Maite Mueller

INTERNATIONAL

EU und Australien: neues Handelsabkommen



Nach achtjährigen Verhandlungen haben sich die EU und Australien auf ein Handelsabkommen geeinigt. Es sieht die beiderseitige Abschaffung fast aller Zölle, die Erleichterung von Investitionen und die weitere Öffnung für Dienstleistungen vor. Die EU rechnet damit, dass ihre Exporte nach Australien in dem Jahrzehnt nach Inkrafttreten des Abkommens um ein Drittel wachsen werden, auf jährlich 17,7 Milliarden Euro. Vom Abbau der Handelshemmnisse werden auf europäischer Seite insbesondere Maschinenbau, Chemie-, Automobilindustrie und Landwirtschaft profitieren. Zugleich will die EU mit dem Abkommen die Versorgungssicherheit bei kritischen Rohstoffen wie Lithium und Seltenen Erden erhöhen. Mit dem Inkrafttreten des Freihandelsabkommens ist frühestens in einigen Monaten zu rechnen.



Foto: picture alliance / Reuters, Hollie Adams

STANDORTPOLITIK

IHK-Konjunkturumfrage

Die Unternehmen im IHK-Bezirk Frankfurt starten mit einer leicht verbesserten Stimmung in das Jahr 2026: Der Geschäftsklimaindex bleibt unterhalb der Wachstumsschwelle von 100, steigt im Vergleich zur Herbstumfrage jedoch um zwei Punkte auf 98 Punkte. Der Saldo der aktuellen Geschäftslage steigt deutlich um sechs auf nun sieben Punkte. Der Saldo der Geschäftserwartungen verbleibt bei minus neun Punkten. Die Bewertung der größten Risiken für die wirtschaftliche Entwicklung ändert sich nur unmerklich. Die Rahmenbedingungen verbleiben mit 57 Prozent an der Spitze, gefolgt von der Inlandsnachfrage (55 Prozent). Den dritten Platz belegen mit 47 Prozent die Arbeitskosten. Der Fachkräftemangel liegt mit 39 Prozent nur noch auf dem vierten Platz.

www.frankfurt-main.ihk.de  Konjunkturbericht

INTERNATIONAL

Europäische Logistikdreh scheiben

Güterverkehr in Europa braucht gut funktionierende und vernetzte Logistikinfrastrukturen. Die Union europäischer Industrie- und Handelskammern (UECC) für Verkehrs- und Mobilitätsfragen hat im April eine Resolution zu Logistikknoten verabschiedet. Darin fordert sie, Binnenhäfen stärker in die EU-Hafenpolitik zu integrieren, multimodale Knoten (Straße, Schiene, Wasserstraße) zu stärken, Infrastruktur zu modernisieren und auszubauen, Bürokratie abzubauen und Genehmigungen zu beschleunigen sowie eine ausreichende und verlässliche Finanzierung der transeuropäischen Verkehrsnetze und Knoten. Die UECC vertritt unter anderem den freien Zugang der Marktteilnehmer zu allen Verkehrswegen sowie die marktwirtschaftliche Steuerung von Angebot und Nachfrage nach Verkehrsleistungen. <https://uecc-chambers.eu/de>



ARTICHOCGmbH
Gesellschaftsmanagement

Ihr **Makler** aus Frankfurt am Main



Kostenlose Bewertung Ihrer Immobilie

Professionelle Vermarktung

Privat, Gewerbe, Investment, Gastronomie, Hotel etc.

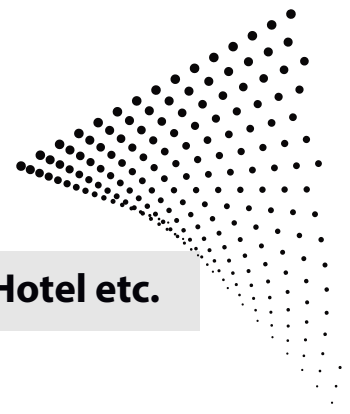




Foto: mauritius images / Westend61 / Vira Simon

FOKUSTHEMA

Smarter Tourismus

Mehr Daten, mehr Erlebnis

Der Tourismus gilt nach wie vor als Wachstumsbranche. Doch künstliche Intelligenz und digitale Services verändern das Reisen grundlegend. Wer heute wettbewerbsfähig bleiben will, muss Erlebniswelten neu denken und seine Geschäftsmodelle anpassen.

Self-Check-in am Flughafen, virtuelle Reiseerlebnisse per VR-Brille, Inspiration über Social Media oder Mobile Payment im Urlaub: Digitalisierung verändert die Tourismusbranche grundlegend. Mehr als die Hälfte der Deutschen nutzt laut Statista bereits Onlinebuchungen für Urlaubsreisen, insbesondere bei Hotels, Ferienhäusern und Flügen. Auch Destinationen reagieren: Sie vermarkten sich gezielt über Websites und soziale Netzwerke und erreichen Reisende dort, wo Entscheidungen heute entstehen, digital und mobil. Die Zahlen unterstreichen die Dynamik: Der weltweite Markt für smarten Tourismus soll laut Fortune Business Insights von 932,5 Millionen US-Dollar im Jahr 2026 auf über 2,8 Milliarden US-Dollar im Jahr 2034 wachsen. Treiber sind Technologien wie KI, Big Data, IoT, Cloud Computing sowie Augmented und Virtual Reality.

„Die Reiselust ist ungebrochen“

„Die Reiselust ist ungebrochen. Trotz Krisen wächst die Branche stabil und zwischen den Jahren 2023 und 2025 sogar stärker als die Gesamtwirtschaft“, sagt Tim Deisinger, Geschäftsstellenleiter, Travel Industry Club, Frankfurt. Gleichzeitig befindet sich die Industrie mitten in einem tiefgreifenden Wandel: Künstliche Intelligenz und datengetriebene Anwendungen verändern zunehmend, wie Reisen geplant, gebucht und erlebt werden. „Was früher Stunden gedauert hat, passiert heute auf den Plattformen in Sekunden: Präsentiert werden komplette Reisevorschläge inklusive Flug, Hotel und Aktivitäten.“

Frankfurt ist touristisch noch unterschätzt

Doch der Weg zum vollständig digitalen Reiseerlebnis ist komplexer, als es auf den ersten Blick scheint. „Regulatorische Vorgaben verhindern, dass sich der Buchungsprozess so einfach digitalisieren lässt, wie viele erwarten“, so Deisinger. Gerade hier zeige sich, dass technologische Innovation allein nicht ausreicht. Es brauche strukturelle Anpassungen und neue Strategien. Im Kontext von smartem Tourismus geht es deshalb längst nicht nur um Technik, sondern um ein intelligentes Zusammenspiel aus Daten, Infrastruktur und nachhaltiger Entwicklung.



IHK ONLINE

Allgemeine Infos der IHK
Frankfurt zur Tourismus-
branche finden Sie hier:



Für Frankfurt und die RheinMain-Region sieht Deisinger dabei noch erhebliches Potenzial. „Frankfurt ist global als Finanzplatz etabliert, touristisch aber noch unterschätzt.“ Vor allem die stärkere Verzahnung von Stadt und Umland könnte neue Impulse setzen – vom Rheingau bis zur Apfelweinkultur im Stadtteil Sachsenhausen. Ein konkreter Hebel liegt seiner Ansicht nach beim Bleisure Travel, also in der Verbindung von Geschäfts- und Freizeitreisen (Business und Leisure): „Gerade die Wochenenden sind in Frankfurt noch überraschend schwach ausgelastet.“ Trotzdem fällt die Bilanz positiv aus: Mit über elf Millionen Übernachtungen in 2025 bleibe die Stadt ein starker Standort, auch wenn aktuell Sondereffekte wie Großevents fehlten. Internationale Krisen, steigende Kosten und ein hohes Maß an Regulierung bremsen die Entwicklung, doch die Tourismusbranche steht solide da. Insgesamt generierten Gäste in Frankfurt rund fünf Milliarden Euro Umsatz.



Foto: Jens Braune del Angel

Tim Deisinger, Geschäftsstellenleiter, Travel Industry Club: „Frankfurt ist global als Finanzplatz etabliert, touristisch aber noch unterschätzt.“

Digitale Konzepte

„Die Zukunft des Reisens gehört der Seamless Travel Experience, also dem nahtlosen Zusammenspiel von digitalen und analogen Erlebnissen“, ist Deisinger überzeugt. Die Grenze zwischen digitaler und realer Erfahrung werde zu-

nehmend verschwimmen. Dennoch bleibe der Mensch ein entscheidender Faktor: „Auf die Kombination kommt es an: digitale Effizienz auf der einen Seite, persönliche Beratung sowie exzellente Serviceerlebnisse auf der ande-

ren.“ Damit diese Vision Realität wird, braucht es vor allem Mut zur Umsetzung: „Wir benötigen Destinationen, die digitale Konzepte wirklich ausprobieren und konsequent einsetzen; Südtirol und Österreich gehen hier mit gutem Beispiel voran.“ Für Regionen wie FrankfurtRheinMain könnte smarter Tourismus zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor werden.

BUCHUNGEN

- Der Trend zur digitalen Buchung setzte sich 2025 fort: Fast drei Viertel (71 Prozent) aller Reisen ab einer Übernachtung wurden ausschließlich digital gebucht (plus vier Prozent im Vergleich zu 2024).
- 58 Prozent der Urlaubsreisen (ab fünf Tagen) und 74 Prozent der Kurzreisen (zwei bis vier Tage) wurden online gebucht. E-Mail-Buchungen bei Urlaubsreisen nahmen zu (18 Prozent).
- Während 2024 noch sichtbare Unterschiede beim Online-Buchungsanteil zwischen den 14- bis 29-Jährigen und den 30- bis 49-Jährigen bestanden, haben sich die Werte inzwischen nahezu angeglichen (rund 70 Prozent). Auch bei den 50- bis 69-Jährigen dominieren die digitalen Kanäle. Nur bei den über 70-Jährigen wird noch ein Großteil der Reisen über analoge Kanäle gebucht.

Quelle: Verband Internet Reisevertrieb: Daten und Fakten zum Online-Reisemarkt 2026.

Weitere Infos unter <https://v-i-r.de>

Es besteht Nachholbedarf

Smarter Tourismus steckt in Deutschland allerdings vielerorts noch in den Anfängen. 47 Prozent der Tourismusorganisationen sehen laut DMO Digitalmonitor Nachholbedarf bei der Erstellung und Pflege digitaler Inhalte – eine zentrale Grundlage für datengetriebenes Arbeiten. Zwar nutzen inzwischen zwei Drittel der Destinationen Sensoren zur Messung von Besucherströmen, gegenüber nur 19 Prozent im Jahr 2021.

Mittelstand-Digital Zentrum Tourismus

Kleine und mittlere Unternehmen der Tourismusbranche unterstützt das Mittelstand-Digital Zentrum Tourismus bei der nachhaltigen, digitalen Transformation. Es vermittelt praxisorientiertes Wissen zu digitalen Technologien, zu Datensystemen und weiteren digitalen Lösungen entlang der gesamten Reisekette. Es vernetzt Wirtschaft und digitale Lösungsanbieter und nimmt die besonders branchenrelevanten Technologie- und Zukunftsthemen in den Fokus. Durch gezielte Informationsangebote, Veranstaltungen, Workshops und Mentoringprogramme befähigt es die Unternehmen der Tourismusbranche, ihre Geschäftsmodelle resilient und im besten Fall nachhaltig und regenerativ zu gestalten. <https://digitalzentrum-tourismus.de>

Dennoch bleiben strukturell bedingte Bremsklötze: Zwei Drittel der Befragten nennen fehlendes Personal, 56 Prozent fehlende finanzielle Mittel. Gleichzeitig mangelt es vielerorts an digitalen Kompetenzen und professioneller Content-Erstellung. Auch bei den Kanälen zeigt sich ein Ungleichgewicht: Während 96 Prozent der Destinationen auf Facebook und Instagram setzen, nutzen lediglich zwölf Prozent Tiktok trotz wachsender Relevanz. Künstliche Intelligenz ist bislang nur bei knapp 28 Prozent der Organisationen breit im Einsatz. Und selbst beim Kerngeschäft besteht Nachholbedarf: Nur etwa die Hälfte der touristischen Angebote ist heute vollständig digital buchbar.

Masterplan Tourismus

Wie smarter Tourismus konkret umgesetzt werden soll, zeigt ein Blick in den „Masterplan Tourismus Frankfurt 2030“. Im Mittelpunkt steht die strategische Weiterentwicklung: weg von Einzelmaßnahmen, hin zu einem ver-



Foto: Goetzke Photographie

Thomas Feda, Geschäftsführer, Tourismus und Congress Frankfurt: „Mit der Plazy-App wollen wir Frankfurt individuell und interaktiv erlebbar machen.“

netzten Gesamtsystem. Ein Baustein ist dabei ein digitaler City-Guide, der Gästen individuelle Empfehlungen gibt, die auf zuvor erfragten persönlichen Interessen beruhen. Bei der Steuerung von Großveranstaltungen und Festen wiederum wird als Baustein die Echtzeit-Besuchermessung eingesetzt. Dahinter steht ein umfassendes Datenkonzept, das Bewegungsströme analysiert und in intelligente Steuerungssysteme überführt.

Besucherströme messen

„Smart Tourism ist für uns in Frankfurt kein Buzzword, sondern ein zentraler und realer Bestandteil unserer strategischen Ausrichtung“, erklärt Thomas Feda, Geschäftsführer, Tourismus und

Congress Frankfurt. Als internationale Finanz- und Messestadt mit vielen Veranstaltungen und unzähligen touristisch relevanten Kultur- und Freizeitangeboten setze seine Organisation verstärkt auf

Smart-City-Strategie

Für den Tourismus soll die Smart-City-Strategie Frankfurt wichtige Grundlagen schaffen, etwa durch digitale Mobilitätslösungen, offene Daten, smarte Infrastruktur und vernetzte Services, die sowohl Gästen als auch Veranstaltern zugutekommen und Frankfurt als attraktives, zukunftsfähiges Städterei-sieziel unterstützen sollen.



datenbasierte, nachhaltige und nutzerorientierte Anwendungen. „Unser Anspruch ist es, Besucherströme immer besser zu messen und zu verstehen, Ressourcen effizient einzusetzen und gleichzeitig die Aufenthaltsqualität für Gäste und Einheimische spürbar zu erhöhen.“

Plazy, der Travel-Guide

Grundlage für das Smart-Tourism-Element der Echtzeit-Besuchermessung auf Festen und Veranstaltungen sei eine datenbasierte Steuerung: „Unser Data-tracking basiert auf anonymisierten und datenschutzkonformen Informationen.“ Besonders bei Großveranstaltungen ermögliche dies präzise Analysen und bessere Sicherheitssteuerung.

„Beim Crowd-Management setzen wir auf das Zusammenspiel von Echtzeitdaten, digitalen Tools und aktiver Besucherlenkung. So vermeiden wir Überlastungen und nutzen vorhandene Kapazitäten besser“, betont Fedá. Der digitale Travel-Guide „Plazy“ gebe individuelle Empfehlungen für Touristen. Personalisierte Inhalte können Gäste perspektivisch beispielsweise auch gezielt in weniger frequentierte Bereiche lenken: „Mit der Plazy-App wollen wir Frankfurt individuell und interaktiv erlebbar machen.“ Gleichzeitig macht Fedá deutlich, dass der Weg zur smarten Destination kein Selbstläufer



Foto: Stefan Krutsch

Marco Tauscher, Cluster General Manager, The Flag: „Digitale Prozesse helfen, den Fachkräftemangel abzufedern – ein entscheidender Faktor in der Branche.“

ist. „Die größten Herausforderungen liegen im Datenschutz, in der technischen Integration und in der Akzeptanz der Gesellschaft.“ Gleichzeitig erfordere der Aufbau einer belastbaren Daten-

basis Zeit und Investitionen. „Und nicht zuletzt ist die enge Abstimmung zwischen allen städtischen Akteuren und Partnern ein entscheidender Erfolgsfaktor“, ist er überzeugt.

Mehr Zeit für den Gast

Der Alltag in der Hotellerie zeigt, dass smarter Tourismus dort schon Realität ist. „Im Hotelbetrieb geht es bei Digitalisierung vor allem um Effizienz. Prozesse, die früher lange gedauert haben, laufen heute automatisiert in Sekunden“, berichtet Marco Tauscher, Cluster General Manager, The Flag, Frankfurt. Automatisierte Check-ins, digitale Rechnungen oder KI-gestützte Auswertung von Gästedaten haben den Betrieb der familiengeführten Hotel- und Apartmentgruppe von Grund

URLAUB DIGITAL

- 54 Prozent der Bevölkerung bewerten KI bei der Reiseplanung eher positiv bis sehr positiv. Demgegenüber stehen 27 Prozent mit kritischer Haltung.
- Bereits 17 Prozent haben KI-Tools für Urlaubsreisen genutzt, 39 Prozent lehnen KI-gestützte Reiseanwendungen aktuell noch ab.
- KI wird vor allem zur Inspiration und Angebotssuche eingesetzt.
- Knapp 50 Prozent der Nutzer empfinden KI-Vorschläge als hilfreich, insbesondere wegen Zeitersparnis und konkreter Empfehlungen. Rund ein Drittel vertraut den Ergebnissen.

Quelle: Verband Internet Reisevertrieb: Daten und Fakten zum Online-Reisemarkt 2026.

Weitere Infos unter <https://v-i-r.de>

DREI FRAGEN AN



Andreas Naujoks, Projektleiter Forward T3, Fraport, über die digitalen Services, die am kürzlich eröffneten Terminal 3 des Frankfurter Flughafens angeboten werden

Herr Naujoks, wo entlastet Automatisierung im neuen Terminal 3 die Passagiere?

Die automatisierte und airlineübergreifend nutzbare Gepäckabgabe ergänzt den Online-Check-in und ermöglicht eine schnelle Gepäckaufgabe ohne Schalterwartzeiten. Gepäck kann bis zu 24 Stunden vor Abflug abgegeben werden.

Welche digitalen Services erleichtern Reisenden im Terminal 3 den Aufenthalt?

Der Airport Assistant Chatbot stellt aktuelle Flug-, Gate- und Statusinformationen bereit. Mit FRA SmartWay können Zeitfenster für die Sicherheitskontrolle vorab gebucht werden, um Wartezeiten zu reduzieren. Darüber hinaus testen wir momentan biometrische Services, die künftig beschleunigte Abläufe von Check-in bis Boarding ermöglichen sollen.

Welche Rolle spielt das Terminal 3 als digital vernetzter Knotenpunkt für den ÖPNV?

Terminal 3 ist über die vollautomatische Skyline-Bahn in acht Minuten an Bahn- und Busverkehr angebunden und zusätzlich über Regional- und Fernbusse erreichbar. Die Verkehrsangebote sind in digitale Plattformen wie RMVgo, DB Navigator, Apple Maps und Google Maps integriert.

Die Fragen stellte Martin Süß, IHK Frankfurt.



Professionelle Serviceleistungen auf höchstem Niveau.

VON POLL IMMOBILIEN – Ihr renommiertes, traditionsbewusstes Frankfurter Maklerunternehmen. Im Rhein-Main-Gebiet sind wir als Marktführer für Premiumimmobilien mit rund 40 Partner-Shops und über 200 qualifizierten Immobilienprofis für Sie da.

Unsere Kompetenz für Ihr Immobilienanliegen.



von Poll Immobilien GmbH | Zentrale Frankfurt
Feldbergstraße 35 | 60323 Frankfurt am Main
T.: 069 – 26 91 570 | info@von-poll.com

auf verändert. Für die Mitarbeiter bedeutet das vor allem Entlastung: „Automatisierung schafft Freiräume. Unsere Teams haben dadurch zusätzliche Zeit für den Gast. Gleichzeitig helfen digitale Prozesse, den Fachkräftemangel abzufedern, ein entscheidender Faktor in der Branche.“

Ansprechpartner vor Ort

Der Online-Check-in, digitale Gästetags oder automatisierte Abläufe machten den Aufenthalt auch für den Gast deutlich komfortabler, so Tauscher. Hinzu käme ein wachsender Grad an Personalisierung: Viele Wünsche sind bereits vor der Anreise bekannt und können automatisch berücksichtigt werden. Doch die Digitalisierung hat ihre Grenzen. „Viele Gäste schätzen digitale Services, wollen aber trotzdem einen Ansprechpartner vor Ort haben“, beobachtet er vor allem bei Deutschen und Gästen aus dem europäischen Ausland. Die Erwartung an Sicherheit, Service und persönliche Ansprache bleibe hoch. Vollständig personalfreie Konzepte stießen da-



Foto: FAZ - Foto/Michael Braunschädel

Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung, Messe Frankfurt: „Smarte Technologien liefern Informationen und Orientierung und machen das Networking einfacher. Das erhöht die Effizienz des Messebesuchs.“

Digitaler Hub Hessen

Der Digitale Hub Hessen ist eine Initiative der Hessen Agentur und Teil der Landesstrategie „Digitales Hessen“. Er dient als zentrale Anlaufstelle für Unternehmen – insbesondere kleine und mittlere Betriebe – rund um digitale Transformation. Der Hub vernetzt Wirtschaft, Start-ups, Wissenschaft und Politik und bietet Informationen, Veranstaltungen sowie Orientierung zu digitalen Technologien, Innovationsprojekten und Fördermöglichkeiten. Unternehmen profitieren von Know-how-Transfer, praxisnahen Impulsen und besseren Zugängen zu Netzwerken, um ihre Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft nachhaltig zu stärken.

www.hessen-agentur.de

gegen hauptsächlich bei Reisenden aus Asien auf Zustimmung.

Intelligente Systeme

„Die Zukunft liegt in der Hyperpersonalisierung. Systeme erkennen automatisch Vorlieben und passen den Aufenthalt entsprechend an“, blickt Tauscher nach vorne. Auch im Hintergrund arbeiten intelligente Systeme längst mit: Dynamische Preisgestaltung und datengetriebenes Ertragsmanagement steuern Auslastung und Umsätze in Echtzeit. Für Städte wie Frankfurt ergäbe sich daraus eine doppelte Chance: Einerseits könnten digitale Services das Gästelerlebnis deutlich verbessern, andererseits ließen sich touristische Angebote gezielter steuern und vermarkten. Noch sei Frankfurt allerdings „weit entfernt von Overtourism“

und damit auch von der Notwendigkeit komplexer Besucherlenkungssysteme. Gerade deshalb könnte jetzt der richtige Zeitpunkt sein, smarterer Tourismus strategisch weiterzuentwickeln, bevor steigende Besucherzahlen neue Herausforderungen schaffen.

Ein zentraler Treiber von Geschäftsreisen nach Frankfurt sind Messen, Kongresse und Events. „Aus unserer Sicht ist Smart Business Travel heute ein klarer Wettbewerbsfaktor für internationale Messestandorte – wenngleich ein Aspekt für uns von zentraler Bedeutung bleiben wird: die persönliche Begegnung. Sie wird auch künftig der Kern einer Messe sein“, sagt Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung, Messe Frankfurt. Digitalisierung solle sie nicht ersetzen, sondern gezielt stärken – durch eine effiziente

Vorbereitung, relevante Kontakte, internationale Zugänglichkeit und eine intelligente Verzahnung von Event, Content und Community. Damit verschiebe sich der Fokus weg von einzelnen digitalen Anwendungen hin zu einem ganzheitlichen Ansatz, so Marzin. Heute gehe es nicht mehr um einzelne Tools, sondern um ein durchgängiges digitales Ökosystem. Es unterstütze bei der Vorbereitung einer Geschäftsreise, erleichtere den Aufenthalt vor Ort und helfe, Kontakte und Inhalte nach der Messe sinnvoll weiterzuführen.

Globaler Wettbewerb

„Im globalen Wettbewerb zählen für uns also längst nicht mehr nur Hallenka-

pazitäten, Erreichbarkeit oder Hotelangebote. Zunehmend entscheidend ist, wie gut physische Infrastruktur und digitale Services ineinandergreifen“, betont Marzin. Für internationale Geschäftsreisende gehe es vor allem um Effizienz:

„Smarte Technologien liefern Informationen und Orientierung und machen das Networking einfacher. Das erhöht nicht nur den Komfort, sondern vor allem die Effizienz eines Messebesuchs.“ Wie dieses Zusammenspiel konkret aussieht, zeige die Praxis auf dem Messegelände: Digitale Anwendungen begleiten Besucher entlang der gesamten Customer Journey – von der Vorbereitung bis zur Nachbereitung. Ein wichtiger Baustein sind die Navigator-Apps. Dahinter stehe inzwischen eine modulare App-Familie mit mehr als 60 Anwendungen. Flankiert wird dies durch digitale Ticketing- und Zugangssysteme sowie KI-gestützte Besucherführung, um Engpässe frühzeitig zu erkennen und gegenzusteuern.

Orientierung erleichtern

Zunehmend wichtig wird das digitale Networking. Besonders relevant ist dabei das KI-gestützte Matchmaking, das passende Kontakte vorschlägt und so die Qualität von Begegnungen erhöht. Mit den Content Hubs bietet die Messe Frankfurt zudem thematische Räume für Information, Austausch und Vernetzung, die ganzjährig Expertenwissen und Brancheneinblicke liefern. Damit verändern digitale Technologien nicht nur Prozesse, sondern das gesamte Messeerlebnis. „Der Messebesuch der Zukunft wird aus unserer Sicht noch stärker personalisiert, vernetzter und nahtloser sein.“ Künstliche Intelligenz werde dabei eine zentrale Rolle spielen, indem sie relevante Inhalte filtere,

Tourismus in Hessen

Seinen positiven Trend setzt der Tourismus in Hessen fort: Trotz eines leichten Rückgangs gegenüber dem außergewöhnlich starken EM-Jahr 2024 liegen die aktuellen Zahlen des Hessischen Statistischen Landesamts deutlich über dem normalen Vergleichsjahr 2023. Insgesamt wurden 2025 rund 580 000 zusätzliche Ankünfte und 420 000 mehr Übernachtungen verzeichnet. Auch der Ausblick ist vielversprechend, denn für Januar 2026 prognostizierte das Hessische Statistische Landesamt mit 1,0 Millionen Gästen und 2,3 Millionen Übernachtungen Zuwächse von 5,1 Prozent beziehungsweise 7,7 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat.



Foto: Städel Museum, Felix Schmitt



Philipp Demandt, Direktor, Städel Museum: „Wir verstehen es als unsere Aufgabe, Kunst und ihre Inhalte möglichst vielen Menschen zugänglich zu machen, auch über den physischen Besuch hinaus.“

Orientierung erleichtere und digitale sowie physische Erlebnisse enger miteinander verzahne.

Ganzheitlicher Ansatz

Smarter Tourismus betrifft heute nicht nur Infrastruktur und Mobilität, sondern auch die kulturelle Dimension einer Destination. Für Philipp Demandt, Direktor des Städel-Museums, ist Digitalisierung vor allem ein Instrument, um Kunstvermittlung neu zu denken und Zugänge zu erweitern: „Wir als Städel-Museum verstehen es als unsere Aufgabe, Kunst und ihre Inhalte möglichst vielen Menschen zugänglich zu machen, auch über den physischen Besuch hinaus.“ Digitale Angebote sollten dabei den Museumsbesuch nicht ersetzen, wohl aber die Wahrnehmung schärfen und kunsthistorische Zusammenhänge vertiefen. Damit folgt das Museum einem ganzheitlichen Ansatz entlang der gesamten Besucherreise. Ein zentrales Beispiel ist das Digitalorial, das als multimedialer Einstieg in Ausstellungen dient und Inhalte interaktiv aufbereitet. Ergänzt wird dies durch Audioguides, die digitale Sammlung und neue Formate wie Games oder



Foto: Timeride

Jonas Rothe, Geschäftsführer, Timeride: „Technologie ist für uns Mittel zum Zweck. Entscheidend ist immer die Geschichte, die wir erzählen wollen.“

Tourismus in Frankfurt

In 2025 verzeichnete Frankfurt rund elf Millionen Übernachtungen und knapp 6,4 Millionen Gäste und erzielte damit das zweitbeste Ergebnis seiner Tourismusgeschichte, trotz leichter Rückgänge von 1,0 beziehungsweise 0,4 Prozent gegenüber dem Rekordjahr 2024. Besonders stark entwickelte sich der Inlandsmarkt mit 6,85 Millionen Übernachtungen und einem Rekordanteil von rund 62 Prozent am Gesamtvolumen. Das Beherbergungsangebot umfasste 64 830 Betten in knapp 280 Betrieben, bei einer durchschnittlichen Bettenauslastung von 46,6 Prozent.



Onlinekurse, die unterschiedliche Zielgruppen ansprechen.

Neue Reichweiten

Dabei zeigt sich nach Angaben Demandts ein klarer Trend: „Museumsbesucher erwarten heute selbstverständlich digitale Services, die ihren Aufenthalt erleichtern, vertiefen und individuell gestaltbar machen. Dazu zählen insbesondere ein unkompliziertes Online-Ticketing, Audioguides sowie mobile Anwendungen, die den Besuch vor Ort ergänzen.“ Die Zahlen sprechen für sich: Allein die digitale Sammlung zählt laut Demandt jährlich rund 1,5 Millionen Aufrufe. Die Social-Media-Kanäle erreichen insgesamt über 230 000 Fol-

lower. Und „Artemis Digital“, das neu entwickelte Format für Menschen mit Demenz und deren Angehörige, verzeichnete schon kurz nach dem Start über 40 000 Aufrufe.

Die Bedeutung digitaler Angebote für internationale Gäste wächst ebenfalls. „Rund 13 Prozent unseres Publikums kommen aus dem Ausland und sind in besonderem Maße auf eine verlässliche, mehrsprachige Infrastruktur angewiesen.“ Besonders im Vorfeld eines Besuchs spielten digitale Informations- und Buchungskanäle eine entscheidende Rolle. Digitale Angebote eröffneten neue Reichweiten und Zielgruppen und wirkten damit über das Museum hinaus. „Diese digitale Sichtbarkeit

IHK-Saisonumfrage Tourismus

Die Saisonumfrage Tourismus der IHK Frankfurt erscheint seit 2019 in der Regel zwei Mal jährlich. Sie präzisiert die allgemeine IHK-Konjunkturumfrage für die Tourismusbranche. Im Frühjahr erfolgte die Befragung von über 200 Unternehmen aus dem Gastgewerbe (Beherbergung, Gastronomie) und der Reisewirtschaft (Reiseveranstalter, Reisebüros, touristische Transportunternehmen). Die zentralen Ergebnisse:

- Die Stimmung unter den Unternehmen des Gastgewerbes verbessert sich im Vergleich zum Herbst 2025 von 64 auf 76 Punkte. Das Niveau bleibt niedrig und befindet sich weit unterhalb der Wachstumsschwelle von 100.
- Der Geschäftsklimaindex der Beherbergungsbetriebe schneidet mit 60 Punkten am deutlich schlechtesten ab.
- Die Stimmung in der Reisewirtschaft (94) hat sich im Vergleich zum Herbst (113) verschlechtert. Der Wert liegt wieder unterhalb der Wachstumsschwelle.
- Im Vergleich zur aktuellen Geschäftslage wird die Aussicht auf die zukünftige Geschäftslage allgemein schlechter bewertet: 41 Prozent der Betriebe des Gastgewerbes gehen von einer ungünstigeren Geschäftslage aus. Bei der Reisewirtschaft sind es 35 Prozent.
- 52 Prozent der gastgewerblichen Betriebe berichten von zurückgegangenen Umsätzen. In der Reisewirtschaft sind es 42 Prozent.
- Die hohen Energie-, Lebensmittel- und Rohstoffpreise werden sowohl vom Gastgewerbe (70 Prozent) als auch von der Reisewirtschaft (65 Prozent) als größtes Risiko der wirtschaftlichen Entwicklung angesehen.

Weitere Ergebnisse unter

www.frankfurt-main.ihk.de/tourismusumfrage

Markenmanagement im Tourismus

Im Auftrag des hessischen Wirtschaftsministeriums ist das neue Grundlagenpapier „Markenmanagement im Tourismus in Hessen“ erschienen. Es bietet einen Leitfaden, der strategische Orientierung mit praxisnahen Handlungsempfehlungen für alle touristischen Akteure verbindet. Durch seine systematische Anwendung können die hessischen Destinationen das Markenmanagement im Zusammenspiel mit der Markenfamilie Hessen zielgerichtet weiterentwickeln und zusätzliche Partner einbinden. www.hessen.tourismusnetzwerk.info

www.hessen.tourismusnetzwerk.info Markenmanagement

IMMOBILIE DES MONATS

Außergewöhnliches Anwesen mit Blick auf Schloss Johannisberg
Johannisberg im Rheingau
Objekt ID: 1705
Kaufpreis: 4.950.000,- Euro



ca. 1.912 m² ca. 1.177 m² 17 7 3 3+

Energieausweis nicht erforderlich. Denkmalschutzobjekt.

Haben wir Ihr Interesse für diese einzigartige Immobilie geweckt?

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

Peters & Peters | Sotheby's INTERNATIONAL REALTY

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

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



Wir freuen uns auf Sie!



MEHRFACH AUSGEZEICHNETER SERVICE



SOTHEBY'S INTERNATIONAL REALTY
1.100 BÜROS 26.100 MAKLER 84 LÄNDER

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

stärkt nicht nur die internationale Wahrnehmung des Städel-Museums, sondern kommt auch dem Kultur- und Tourismusstandort Frankfurt insgesamt zu gute“, ist Demandt überzeugt.

Emotionale Erlebnisse

Während auf Branchenebene viel über Datenstrategien, künstliche Intelligenz und Besucherlenkung diskutiert wird, zeigt sich die Zukunft des smarten Tourismus an Ort und Stelle vor allem in einem Punkt: im Erlebnis. „Menschen wollen heute vor allem Erlebnisse. Je immersiver und emotionaler, desto besser“, sagt Jonas Rothe, Gründer und Geschäftsführer, Timeride, das virtuelle Zeitreisen in mehreren deutschen Städten und auch in Frankfurt anbietet. Das Timeride Senseum ist ein Indoor-Erlebnis, das aus mehreren Stationen besteht. Besucher erleben historische Kulissen, Kurzfilme und als Highlight eine Virtual-Reality-Fahrt in einem originalgetreuen Nachbau eines historischen Verkehrsmittels.

Zudem bietet das Frankfurter Unternehmen auch besondere Stadtführungen an, bei denen die Teilnehmer an geschichtsträchtigen Orten mobile VR-Brillen tragen, um den direkten Vergleich zwischen der heutigen Ansicht und der

historischen Szenerie zu erleben. Damit trifft das Start-up einen Nerv der Branche. Denn die Digitalisierung verändert nicht nur Prozesse, sondern auch Erwartungen. Reisende wollen nicht mehr nur sehen, sondern in eine andere Welt eintauchen.

Mittel zum Zweck

Immersive Technologien wie Virtual und Augmented Reality spielen dabei eine immer größere Rolle, allerdings nicht als Selbstzweck. „Technologie ist für uns Mittel zum Zweck. Entscheidend ist immer die Geschichte, die wir erzählen wollen“, betont Rothe. Genau hier liegt aus seiner Sicht auch eine Schwäche vieler Smart-Tourism-Ansätze: „Viele setzen Technologie ein, weil sie gerade Trend ist, statt zu fragen, ob sie wirklich zum Inhalt passt.“ Für Destinationen bedeutet das ein Umdenken. Smarter Tourismus erschöpft sich nicht in Apps oder Datenplattformen, sondern muss beim konkreten Besuchererlebnis ankommen. Rothe beobachtet, dass viele digitale Angebote an dieser Hürde scheitern: „Der Wow-Effekt allein reicht nicht.“ Entscheidend sei vielmehr, ob ein Angebot emotional berührt und intuitiv nutzbar ist. „Das schlimmste Gefühl für Nutzer ist, sich mit Technik überfordert zu fühlen.“

Gleichzeitig wächst die Bedeutung solcher Erlebnisse im Wettbewerb der Städte. Gerade im Städtetourismus seien sie zunehmend Teil eines größeren Gesamtpakets, eingebettet in Gastronomie, Shopping und Kulturangebote. Für Frankfurt und die RheinMain-Region eröffnet das neue Chancen: Digitale und immersive Angebote könnten helfen, Aufenthalte zu verlängern und neue Zielgruppen anzusprechen. Die Recherche rund ums digitale Reisen sowie die Gespräche mit den unterschiedlichen Marktteilnehmern weisen alle in die gleiche Richtung: Smarter Tourismus ist keine Frage einzelner Tools, sondern des intelligenten Zusammenspiels.

Künstliche Intelligenz

Ein Positionspapier des Deutschen Reiseverbands (DRV) zur Nutzung künstlicher Intelligenz im Tourismus ist hier abrufbar:



EU sucht Smart Tourism Capital 2027

Die Europäische Kommission hat den Wettbewerb um die European Capitals of Tourism 2027 gestartet. Gesucht werden Städte, die mit innovativen Konzepten in den Bereichen Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Barrierefreiheit sowie kulturelles Erbe und Kreativität überzeugen. Der Wettbewerb vereint erstmals die früheren Titel „European Capital of Smart Tourism“ und „European Green Pioneer of Smart Tourism“. Bewerbungsschluss ist am 12. Juni.
www.smarttourismcapital.eu



DIE AUTORIN



Karen Gellrich

Journalistin, Frankfurt

info@karen-gellrich.de



Büromöbel

Ankauf • Verkauf • Vermietung

Second
Hand
Partner



Clever statt neu!

Alle Marken und Preisklassen – USM | Steelcase | Vitra | bene | König+Neurath | Interstuhl uvm.

Gebrauchte Büromöbel zu Spitzenpreisen

Riesige Auswahl an hochwertigen
Büromöbeln in allen Preisklassen.

Bei uns vor Ort oder bequem online:

- Sofort verfügbar
- Geprüfte Qualität
- Umweltbewusst & nachhaltig

Jetzt entdecken & sparen!

10%

Rabatt sichern*

www.ks-büromöbel.shop

bei Anmeldung zum
Newsletter



gebraucht kaufen
nachhaltig handeln

Öffnungszeiten Ladengeschäft: Mo–Fr | 7–18 Uhr | jd. 1. Sa im Monat 9–13 Uhr

KS Büromöbel GmbH • Wiesenstraße 2 • 64347 Griesheim • 06155 83 67 800 • shop@ks-bm.de

„Echte Gastfreundschaft stärken“

Ein Gespräch mit Deborah Rothe, Exhibition Director, ITB Berlin, zu den Chancen und Herausforderungen von smartem Tourismus, aktuellen Trends aus der Reisewirtschaft sowie Erkenntnissen von der diesjährigen Reisesmesse.



Foto: ITB Berlin

Deborah Rothe, Exhibition Director, ITB Berlin: „Wir verstehen Technologie als Werkzeug, um mehr Zeit für Menschlichkeit zu schaffen.“

Frau Rothe, welche digitalen oder technologischen Entwicklungen im Tourismus haben Sie auf der diesjährigen Reisesmesse ITB Berlin besonders beeindruckt?

Im Moment ist besonders beeindruckend, wie weit wir bereits jetzt im Entwicklungsstand autonomer Reiseassistenten gekommen sind. Auf der ITB Berlin wurde deutlich, dass wir uns vom Einsatz einfacher Chatbots hin zu Systemen entwickeln, die im Auftrag der Reisenden eigenständig agieren – etwa indem sie bei Verspätungen automatisch Umbuchungen vornehmen. Ebenso beeindruckend sind die Fortschritte im Spatial Computing, das physische und reale Welt miteinander verbindet. Mixed-Reality-Anwendungen erlauben es, Hotels oder ganze Städte vorab so realitätsnah zu erleben, dass sich die Reiseplanung grundlegend verändert.

Wie erleben Sie in der Tourismusbranche das Spannungsfeld zwischen effizienzsteigernder Technologie und der weiterhin zentralen Bedeutung des menschlichen Kontakts?

Wir verstehen Technologie als Werkzeug, um mehr Zeit für Menschlichkeit zu schaffen. In der Branche hat sich dafür das Leitbild „High Tech für High Touch“ etabliert: Wenn administrative Prozesse wie der Vorab-Check-in etwa durch biometrische Verfahren weitgehend automatisiert werden, gewinnen Mitarbeitende wertvolle Zeit für die persönliche Betreuung der Gäste. Ziel intelligenter Systeme sollte daher nicht sein,

den Menschen zu ersetzen, sondern echte Gastfreundschaft zu stärken.

Welche smarten Technologien in der Reiseindustrie sind aus Ihrer Sicht bereits ausgereift, und welche stehen noch am Anfang ihrer Entwicklung?

Biometrische Systeme an Flughäfen sowie kontaktloses Bezahlen sind mittlerweile weltweit etabliert. Noch am Anfang steht hingegen die umfassende Vernetzung der einzelnen Anbieter. Da-

KI-geprägten Welt ist es nicht mehr nur an eine Marke gebunden, sondern entsteht durch verlässliche Interaktionen entlang der gesamten Reise. Vertrauen wird damit zur harten Währung in unserer Branche – ein zentrales Ergebnis unseres diesjährigen Leadership-Exchange-Forums zum Tourismus 2046 in Zusammenarbeit mit Phocuswright, dessen Erkenntnisse wir in einem Executive Brief zusammengefasst und veröffentlicht haben.

die intelligente Nutzung von Daten zum entscheidenden Erfolgsfaktor, während klassische Marketingmechanismen an relativer Bedeutung verlieren.

Inwieweit werden smarte digitale Technologien künftig das Erlebnis von Städtereisen verändern?

Städte werden durch digitale Zusatzinformationen interaktiver und erlebbarer. Augmented Reality macht Geschichte und kulturelle Hintergründe direkt vor Ort visuell erfahrbar, während smarte Leitsysteme in Echtzeit über verfügbare Kapazitäten, etwa freie Plätze in Restaurants, informieren. Auch für Metropolen wie Frankfurt entstehen große Chancen: Die Mainmetropole kann sich stärker individualisiert präsentieren, die Aufenthaltsqualität für Besucher steigt, und Besucherströme lassen sich besser mit dem Alltag der lokalen Bevölkerung in Einklang bringen.

„Vertrauen wird zur harten Währung in unserer Branche“

mit die gesamte Reisekette wirklich für Reisende als Seamless Travel Experience, also als ununterbrochen, empfunden wird, müssen Daten aus Bahn, Luftverkehr und Hotellerie deutlich besser und in Echtzeit miteinander verbunden werden. Auch der Einsatz von KI-Agenten als zentrale Buchungs- und Entscheidungsassistenten befindet sich noch in einer frühen Entwicklungsphase.

In welchen Bereichen schaffen KI-gestützte Systeme derzeit den größten Mehrwert für die Reiseindustrie?

Ein besonders großer Mehrwert liegt in der Stabilisierung und Automatisierung operativer Abläufe. KI-Systeme ermöglichen es heute, auf Störungen schnell zu reagieren, indem sie in Echtzeit alternative Reisemöglichkeiten berechnen und so beispielsweise Passagierströme neu steuern. Ein weiterer zentraler Bereich ist die Personalisierung: Moderne Systeme erkennen Reismuster zunehmend präzise und ermöglichen dadurch Angebote, die stärker auf individuelle Bedürfnisse des Gastes zugeschnitten sind.

Wie verändern sich die Erwartungen der Reisenden an digitale Services entlang der gesamten Customer Journey?

Reisende erwarten heute eine Reise ohne Reibungsverluste: Technik soll sie nahtlos begleiten, ohne dass sie selbst zum Koordinator werden müssen. Entscheidend ist dabei Vertrauen: In einer

Welche zentralen Herausforderungen sehen Sie beim Einsatz smarter Tourismussysteme?

An erster Stelle steht die Cyberresilienz: Mit zunehmender Vernetzung steigen auch die Anforderungen an den Schutz sensibler Daten und die Stabilität digitaler Systeme. Darüber hinaus stellt sich eine gesellschaftliche Kernfrage: In Formaten wie unserem Leadership Exchange auf der ITB Berlin wurde intensiv diskutiert, dass Reisen durch technologische Hürden oder neue, dynamische Preismodelle nicht zu einem exklusiven Privileg werden darf. Die Branche steht damit vor der Aufgabe, Innovation so zu gestalten, dass Reisen weiterhin breit zugänglich und inklusiv bleibt.

Gibt es technologische Trends, die den Tourismus in den kommenden Jahren besonders prägen werden?

Ein zentraler Trend ist Sustainable Intelligence, also der gezielte Einsatz von KI zur Reduktion des ökologischen Fußabdrucks und zur Unterstützung nachhaltiger Reiseentscheidungen. Gleichzeitig gewinnt die intelligente Besucherlenkung an Bedeutung, indem Gäste in weniger frequentierte Viertel oder Regionen gelenkt und Hotspots entlastet werden. Dass dieser Ansatz branchenweit an Relevanz gewinnt, zeigte sich auch auf der ITB Berlin in den Diskussionen mit Airbnb, die das Thema ebenfalls aufgegriffen haben. Insgesamt wird



IHK ONLINE

Weitere Infos rund um die weltweit größte Reisemesse ITB Berlin finden Sie unter:

www.itb.com



DIE AUTOREN



Dr. Alexander Theiss (l.)

Geschäftsführer, Standortpolitik,
IHK Frankfurt

a.theiss@frankfurt-main.ihk.de



Martin Süß (r.)

Referent, Standortpolitik, IHK Frankfurt

m.suess@frankfurt-main.ihk.de

Excel-Tabelle war gestern

Das Start-up Croowy digitalisiert Verhandlungs- und Buchungsprozesse zwischen Fluggesellschaften und Hotels mit dem Fokus auf Crew-Übernachtungen. In 2023 wurde das Hightech-Unternehmen mit dem Frankfurter Gründerpreis ausgezeichnet.

Foto: Stefan Kruttsch



Leonie Godard (l.) und Svenja Büsching (r.), Geschäftsführerinnen, Croowy: „Wir bedienen einen Markt, der unwahrscheinlich schnell wächst.“

Viele Gründergeschichten beginnen mitten im Alltagsgeschäft. Das war auch bei Leonie Godard so. „Ich komme ganz klassisch aus der Hotellerie, habe im Operativen angefangen und bin in eine globale Vertriebsrolle und damit auch in das Airlinesegment eingestiegen“, erzählt die Mitgründerin und Geschäftsführerin von Croowy. Zuletzt habe sie für einen international agierenden Hotelgiganten gearbeitet. „Bei den Airlines in meinem Portfolio ist mir immer wieder

aufgefallen, dass dieses Segment anders funktioniert als andere und in der Branche kein wirkliches Zuhause hat“, so Godard. „Vieles läuft bei den Planungen und Buchungen noch manuell über Excel-Sheets, E-Mails oder sogar Flurfunk.“

Der Sprung ins kalte Wasser

Und genau darin habe sie bei ihrer Marktanalyse ein interessantes Ge-

schäftsmodell identifiziert: Denn im B2B-Bereich würden millionenschwere Verträge zwischen Hotels und Airlines geschlossen. Vor vier Jahren, mitten in der Coronapandemie, sei sie ins kalte Wasser gesprungen: „Das Segment hatte Nachholbedarf und brauchte dringend eine transparente, faire Verhandlungsplattform, die dieses Problem löst.“ Ihre ehemalige Chefin Svenja Büsching konnte Godard von der Gründungsidee überzeugen, der Hotelpro-

fi stieg bei Croowy mit ein. Die Gründerinnen holten noch Ullrich Kastner und Hermann Wagner mit an Bord, die als KI-Natives ihre IT-Expertise mitbrachten. „Diese wunderbare Konstellation hat uns langsam, aber zum richtigen Zeitpunkt aus der Vertriebswelt, aus der wir kommen, in die IT-Welt geführt.“

„Nicht nur unser großes globales und Branchen-Netzwerk, auch unsere Pilot-Airlines Condor und Lufthansa waren wichtig für Croowy, um direkt die nötige Reichweite zu bekommen und schon in der Anfangsphase durchstarten zu können“, so Büsching. Croowy arbeitet aktuell mit rund 80 Airlines zusammen. „Unser Start-up stand vor der großen Herausforderung, dass unser System aus dem Stand heraus in der Lage sein musste, alle Airports weltweit zu bedienen, um für Kunden relevant zu sein.“ Fluggesellschaften seien für viele Hotels lukrative Geschäftspartner, da sie nach Langstreckenflügen für ihre Crews oder auch gestrandete Urlauber auf der ganzen Welt passende, oft nach Flugplanänderungen oder Ausfällen auch ganz kurzfristig Unterkünfte benötigten, betont Godard.

Der Name ist Programm

Croowy ist eine Abkürzung der englischen Wörter Crew, Rooms und Easy; der Unternehmensname ist daher Programm. Das Geschäftsmodell basiert auf zwei Säulen. Zum einen die B2B-Plattform, ein KI-gestütztes Verhandlungs- und Matching-Tool, das zwischen Airlines und Hotels vermittelt und online die Vertragsgestaltung ermöglicht. Zum anderen die Buchungsplattform, über die Fluggesellschaften die verhandelten Raten weltweit nutzen können. „Die Airlines zahlen für die Nutzung der verschiedenen Module, während sich Hotels auf unserer Plattform kostenfrei präsentieren können.“ Sofern Hotels airlinespezifische Vertriebsdaten erhalten möchten, können sie Module dazubuchen.

„Für Fluggesellschaften entfallen durch unsere KI-gestützte Plattform bei jeder Hotelrate für die Crew die ansonsten üblichen zehn Prozent Kommission, was Einsparungen in Millionenhöhe bei großen Konzernen bedeutet“, so Büsching. Künstliche Intelligenz optimiere daher Preise und Vertragskonditionen zwischen Hotels und Fluggesellschaften und erhöhe die Margen auf beiden Seiten: „Unser System ist ein Disruptor für provisionsbasierte Geschäftsmodelle.“ Durch den Wegfall von Mittlern würden Buchungsprozesse und Vertragsgestaltungen deutlich kürzer und komfortabler. „Durch intelligenter Workflows wird Manpower sowohl auf der Hotel- als auch der Airlinesseite frei, und Mitarbeiter können sich auf das Kerngeschäft konzentrieren.“

Konkurrenz ist ein Kompliment

Die beiden Geschäftsführerinnen fürchten die Konkurrenz nicht. „In unserer Nische haben wir bislang ein Alleinstellungsmerkmal, und Mitbewerber sind stets ein Kompliment“, so Godard. Die Zukunftsaussichten sind gut: „Wir bedienen einen Markt, der unwahrscheinlich schnell wächst.“ Momentan würden jährlich von den weltweit Top-100-Airlines über 52 Millionen Übernachtungen für Crewmitglieder in Hotels gebucht, die gestrandeten Passagiere sind bei dieser Zahl noch nicht berücksichtigt. Das Croowy-Team plant weitere intelligente Tools. Künftig sollen verstärkt KI-Agenten miteinander kommunizieren und komplexe Integrationen in IT-Systeme überflüssig machen. Leerstände in Hotels könnten dadurch minimiert und Buchungsprozesse noch effektiver und ressourcenschonender gestaltet werden, ergänzt Büsching. „In diesem Sektor entwickelt sich die Welt gerade sehr schnell, und wir sind sehr stolz, dass wir hier die Zukunft der Branche mitgestalten können“, so Godard. „Unsere große Vision ist, dass Croowy der weltweite Standard für automatisierte Verhandlungen zwischen Airlines und Hotels wird.“



KONTAKT

Croowy

Bessie-Coleman-Straße 7
Gateway Gardens
60549 Frankfurt
Telefon 01 51 / 16 71 97 59
<https://croowy.de>



DIE AUTORIN



Petra Menke

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



Foto: Picture Alliance / dpa / photoworkstatt, Mike Schmidt

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Die neue Logik im Tourismus

Mit der nächsten KI-Generation verschiebt sich im Tourismus das Kräfteverhältnis zwischen Mensch, Maschine und Markt. Erfolgreich ist künftig nur noch, wer die neuen Systeme gestalten und nicht nur nutzen kann.

In vielen Tourismusorganisationen wird künstliche Intelligenz (KI) noch immer wie ein digitales Schweizer Taschenmesser behandelt: als praktisches Werkzeug, das Unternehmen bei Bedarf für die schnelle Erstellung von Content, Analysen oder Marketingideen aus der Tasche ziehen. Doch dieser isolierte Blick auf die Technologie greift zu kurz:

KI entwickelt sich rasant vom punktuellen Assistenzsystem hin zu einer tief integrierten Prozesslogik, die das Herzstück des Unternehmens berührt.

Customer Journey im Wandel

Moderne Systeme agieren heute nicht mehr nur auf Befehl, sondern

überwachen kritische Kennzahlen in Echtzeit, bespielen Kunden proaktiv mit individualisierten Reiseangeboten und lösen komplexe Serviceanfragen eigenständig. Damit verändern sich nicht nur die täglichen Arbeitsweisen in den Büros, sondern fundamentale Logiken des gesamten touristischen Marktes. Besonders sichtbar wird

dieser Wandel entlang der Customer Journey.

Was früher die Websuche durch Eingabe kurzer Schlagworte war, wird zunehmend durch dialogbasierte KI-Systeme ersetzt. Statt Listen mit zehn blauen Links liefern ChatGPT, Gemini und Co. maßgeschneiderte Antworten und konkrete Empfehlungen. Klassische Berührungspunkte wie die eigene Website verlieren an Bedeutung, während Sprachmodelle Recherche und Auswahl übernehmen.

Die Agent-to-Agent Economy scheint in einigen Bereichen nur noch eine Frage der Zeit. Wenn jedoch Maschinen priorisieren und filtern, verschiebt sich der Mechanismus um Sichtbarkeit. Es reicht nicht mehr, nur den Endkunden im Blick zu haben. Unternehmen müssen in den Systemen selbst stattfinden, die als neue Gatekeeper auftreten. Wer für die KI nicht als verlässlischer Datenpunkt existiert, wird unsichtbar. Angebote werden nur berücksichtigt, wenn Verfügbarkeiten, Preise und Leistungsmerkmale strukturiert und aktuell vorliegen.

Reisen bleibt Vertrauenssache

Tourismus ist ein Vertrauensgeschäft. Nun begegnet diese menschliche Branche einer Technologie, die auf Wahrscheinlichkeiten basiert. Wenn künstliche Intelligenz in die Beratung eingreift, geraten Reisebüros und sogar die Geschäftsmodelle großer Vergleichsplattformen unter Druck. Reine Vermittlung und Faktenwissen verlieren an Wert.

Die zentrale Frage lautet für Unternehmen daher nicht, wie sie Bestehendes schneller machen können, sondern welche Rolle das eigene Unternehmen künftig einnimmt. Der Hebel liegt darin, die eigene Wertschöpfung ehrlich zu hinterfragen und Abläufe mutig neu zu denken. Menschliche Relevanz entsteht dort, wo fachliche Einordnung, Vertrauen und Kontext gefragt sind.

Nicht alles technisch Mögliche ist strategisch sinnvoll und nicht jeder vermeintliche Effizienzgewinn bringt langfristig Vorteile. Werden etwa Serviceprozesse ohne klare Qualitätsmaßstäbe automatisiert, entstehen inkonsistente Kommunikation oder gar Fehlentscheidungen. KI macht schlechte Prozesse nicht besser, sondern deren Schwächen nur schneller sichtbar. Wer Abläufe ohne Optimierung automatisiert, skaliert im Zweifel nur Friktion und Frustmomente.

Führung im KI-Zeitalter

Veränderungen entstehen im Maschinenraum der Organisation, wo Entscheidungen und Verantwortlichkeiten neu justiert werden. Damit rückt die Organisation selbst in den Mittelpunkt. KI ist kein IT-Projekt, sie greift tief in die Unternehmensstruktur ein. Genau hier offenbaren sich oft Lücken, wie eine KI-Reifegradanalyse bei über 300 touristischen Unternehmen deutlich zeigt. Es mangelt häufig an Strategie und Vision, Budgets oder der realistischen Einschätzung eigener Kompetenzen und Ressourcen. Für Führungskräfte entsteht daraus ein Spannungsfeld. Die Dynamik ist hoch, die Lage unscharf, während die Belegschaft Orientierung erwartet.

Führung bedeutet hier weniger, alle Antworten zu kennen, sondern Richtung zu geben und Rahmen zu schaffen. Fortschritt entsteht durch Verantwortung. Dazu gehört die Entscheidung, wie viel Experimentieren erlaubt ist und wo Grenzen nötig sind. Wer bereits am Limit arbeitet, riskiert durch die neue Komplexität die Überforderung. Doch KI ist kein flüchtiger Trend, sondern eine tektonische Verschiebung des Gesamtsystems. Es geht nicht um Software, sondern um die eigene Rolle im Markt: Wer nicht aktiv gestaltet, wird gestaltet. Erfolg entscheidet sich dabei nicht an der Technik, sondern am Mut, gewohnte Strukturen konsequent an der neuen Realität auszurichten.



DER AUTOR



Alexander Mirschel

Berater und Partner, Realizing Progress,
Frankfurt

alex@realizingprogress.com

Turbo für virale Posts

Mehr Reichweite, weniger Aufwand – das ist das Versprechen von Viral Spoon. Das Frankfurter Start-up nutzt künstliche Intelligenz, um Social-Media-Posts präzise auf Zielgruppen zuzuschneiden, und revolutioniert damit die Contentproduktion.



Foto: Paul Kissel / Viral Spoon

Paul Kissel, Geschäftsführer, Viral Spoon: „Automatisiertes Social-Media-Marketing sollte kein Luxus sein, sondern auch für kleine Betriebe erschwinglich.“

Der Einstieg in die Welt der Digitalisierung begann für Paul Kissel nicht mit Wissenschaft, sondern ganz praktisch im Reisebüro seines Vaters. Drei Jahre arbeitete er dort, erlebte hautnah die Herausforderungen kleiner Betriebe – und erkannte früh, wie groß der Bedarf an Unterstützung beim Thema Social Media vor allem bei kleineren Unternehmen ist. Nach einem dualen Studium der Tourismuswirtschaft folgten ein KI-Informatikstudium sowie die Arbeit als externer

Berater für die Lufthansa. Heute arbeitet sein früherer Professor in seinem Unternehmen: „Eines Tags rief er mich an und fragte mich, ob er bei mir mit einsteigen kann. Das ist schon kurios, aber es ist ein perfekter Match“, freut sich Kissel.

Künstliche Intelligenz, die Websites versteht

Mit seinem Frankfurter Unternehmen Viral Spoon entwickelte er eine Software,

die Social-Media-Inhalte automatisiert erzeugt. Herzstück ist eine künstliche Intelligenz, die Unternehmenswebsites analysiert und daraus Design, Farbwelt und Inhalte für Posts ableitet. Der Herausforderung, ansprechende Layouts und visuelle Konzepte automatisch zu generieren, begegnet das System direkt an der Quelle: „Die Corporate Identity steckt oft schon auf der Website. Wir holen sie dort ab.“ Anders als viele KI-Tools arbeitet Viral Spoon nicht mit KI-Bildern. Die Software

schlägt ausschließlich reale Stockfotos vor – passend zum Stil des Unternehmens. Anwender können zudem eigene Fotos hochladen, die das System in Sekunden analysiert und mit passenden Textvorschlägen versieht.

Die Software erstellt Beiträge vollautomatisch, doch die Unternehmen behalten stets die Freigabe in der Hand. Farben, Stil, Zielgruppen, Vorlagen – alles lässt sich individuell definieren. Über eine mobile App können auch Mitarbeiter unterwegs Inhalte generieren. „Wenn der Busfahrer eines Reiseunternehmens ein schönes Motiv sieht, macht er einfach ein Foto und Sekunden später steht ein fertiger Post bereit“, beschreibt Kissel die Alltagstauglichkeit. Franchisegeber können darüber hinaus Regeln im System hinterlegen oder Funktionen für Franchisenehmer sperren. So bleibt die Markenkonsistenz gewahrt.

Wachstum in Rekordzeit

Noch vor einem Jahr bestand Viral Spoon, das in Frankfurt am Baseler Platz beheimatet ist, aus dreieinhalb Stellen. Heute arbeiten 13 Personen im Unternehmen und das Wachstum setzt sich fort. Seit April 2024 konnte das Start-up bereits 1 200 Kunden gewinnen, darunter 900 Reisebüros, acht Hotels sowie rund 50 internationale Unternehmen, darunter auch aus den USA. Über 200 000 Inhalte wurden bislang über das System veröffentlicht. „Wir ha-

ben praktisch kein Marketing gemacht, wir kamen gar nicht dazu“, sagt Kissel. Der Vertrieb sei derzeit fast die einzige aktive Akquise. Trotzdem gilt Viral Spoon in seiner Nische bereits als Marktführer. Der Kern des Geschäfts liegt weiterhin in Reisebranche und Gastronomie. Neu hinzugekommen ist die Zielgruppe der Apotheken, die zunehmend Social-Media-Präsenz benötigen. Auch touristische Destinationen entdecken die Lösung für sich. Die Flexibilität des Systems macht Viral Spoon dabei branchenübergreifend interessant.

Start-up mit klarer Vision

Die Preisstruktur sei bewusst niedrigschwellig gestaltet und reiche vom Basismodell für eher kleinere Betriebe bis hin zu großen Unternehmen und Konzernen mit erweiterten Anforderungen. „Automatisiertes Social-Media-Marketing sollte kein Luxus sein, sondern auch für kleine Betriebe erschwinglich“, ist Kissel überzeugt. Seine Software solle Betrieben helfen, Zeit zu sparen und trotzdem professionell aufzutreten. Was als Praxisproblem im Reisebüro seines Vaters begann, hat sich inzwischen zu einer zeitsparenden, professionellen KI-Anwendung im Bereich Social Media für kleine und mittelständische Unternehmen entwickelt. Viral Spoon will nicht ersetzen, sondern entlasten: „Nicht jedes Unternehmen kann ein Marketingteam einstellen. Aber jedes Unternehmen verdient gute Sichtbarkeit.“



KONTAKT

Viral Spoon

Baseler Platz 6
60329 Frankfurt
Telefon 01 72/8 79 34 12
E-Mail info@viralspoon.de
<https://viralspoon.de>



DER AUTOR



Martin Süß

Referent, Standortpolitik, IHK Frankfurt
m.suess@frankfurt-main.ihk.de

TEILEN SIE UNS IHRE INTERESSEN MIT!

BLEIBEN SIE MIT UNS IN KONTAKT

Wir informieren Sie gerne über unsere aktuellen Services und Angebote per E-Mail. Bitte melden Sie sich dazu über www.frankfurt-main.ihk.de/einwilligung zu unserem IHK Informationsservice an oder nutzen dazu den folgenden QR-Code.

Bleiben Sie mit uns in Kontakt:





Prüfungs- und Treuhandgesellschaft

Foto: Prüfungs- und Treuhand GmbH



Die Prüfungs- und Treuhandgesellschaft unter aktueller Leitung von Andreas Becker, Gertrud Biller, Mario Eichholz und Johan Kohler wurde 1950 gegründet und ist eine der ältesten Wirtschafts- und Steuerberatungskanzleien Deutschlands. Mit den Geschäftsfeldern Wirtschaftsprüfung sowie Steuer- und Unternehmensberatung verfolgt das Frankfurter Unternehmen einen umfassenden Ansatz, um überwiegend mittelständischen und inhabergeführten Betrieben den Weg zu einer optimierten Wertschöpfung bereiten zu können. Gemeinsam mit seiner Tochtergesellschaft Treuratio, Wiesbaden, zählt es 45 Mitarbeiter, darunter 14 Steuerberater und Wirtschaftsprüfer. Zu den Spezialgebieten gehören der Kfz- und Automobilhandel sowie Restrukturierung und Unternehmensnachfolge.



Insatransport

1976 von drei Geschäftsführern mit zunächst drei Mitarbeitern gegründet, erweiterte das Frankfurter Unternehmen Insatransport im Jahr 2009 durch die Übernahme einer Luftfrachtgesellschaft und die damit einhergehende Gründung der Insa Air and Sea als Tochtergesellschaft sein Portfolio um weltweite Luft- und Seefrachtendungen. Insatransport entwickelte sich von einem auf Italienverkehre spezialisierten Anbieter zu einem europaweit agierenden Familienunternehmen mit über 45 Mitarbeitern, das von Mitgründer Günther Sterlike sowie dessen Sohn Marco Sterlike in zweiter Generation weitergeführt wird. Heute agiert das Unternehmen als Teil internationaler Kooperationsnetzwerke aus dem Frankfurter Osten heraus in die ganze Welt.



Spacewood

Das Frankfurter Unternehmen Spacewood unter der Führung von Sven Eismann realisiert Messestände für internationale Formate wie Mipim, Mapic, Sibos, Expo Real, Imex und Eurobike. Trotz des schnellen Messeumfelds bleibt Spacewood dem traditionellen Schreinerhandwerk verpflichtet und fertigt individuelle, langlebige Möbel und Küchen, die Stabilität in einem dynamischen Markt bieten. Im eigenen Spacelab entwickelt das Unternehmen gemeinsam mit Experten digitale Lösungen, die klassische Messestände erweitern, darunter Touch-Anwendungen, Gamification-Elemente und gebogene LED-Video-Wände.



Foto: Axel Baumhöfner



Schneider's Café SnackBar

Seit der Eröffnung am 15. August 2001 hat sich Schneider's Café im Herzen Frankfurts zu einem beliebten Treffpunkt auf der Bockenheimer Landstraße entwickelt. Gegründet von Konditormeister Karlheinz Schneider und Küchenmeisterin Tanja Wolfel, die zuvor gemeinsam bei Feinkost Käfer arbeiteten, startete das Café mit nur drei Mitarbeitern. Heute zählt das Team rund 30 Angestellte und Aushilfen. Neben dem Cafébetrieb bietet Schneider's auch Catering im Umkreis von Bockenheim an. 2015 wurde das Café umfassend umgebaut. 2024 schied Tanja Wolfel aus dem Unternehmen aus; neu in die Inhaberschaft traten die beiden langjährigen Mitarbeiter Ana Devic und Moritz Joel Winter ein.



Foto: Schneider's Café SnackBar



Lufthansa City Center Reisebüropartner

Foto: Lufthansa City Center Reisebüropartner



Am 1. Januar feierte Lufthansa City Center Reisebüropartner (LCR) das 25-jährige Bestehen. Das in Frankfurt ansässige Unternehmen

ist die nationale Franchisezentrale des Lufthansa-City-Center-Netzwerks. Die Deutsche Lufthansa gründete die LCR 1994, seit 2000 gehört das Franchisesystem vollständig den deutschen Partnerreisebüros. LCR verantwortet das Franchisesystem in Deutschland, betreut die Partnerreisebüros, entwickelt das Netzwerk strategisch weiter und ist Hauptgesellschafter von LCC Reisebüro und eines der stärksten Reisebüronetzwerke Deutschlands.



Spark

Am 1. April 2001 erfüllten sich der Kommunikationsdesigner Robert Kindermann und die Kommunikationsfachwirtin Claudia Salluzo ihren Traum von der eigenen Agentur und gründeten Spark.



Foto: Spark

Die Schwerpunkte lagen anfangs bei der Entwicklung von Corporate Design, Anzeigenkampagnen und Imagebroschüren. Im Laufe der Jahre kamen große Mailing-Kampagnen und Geschäftsberichte dazu. Mit der zunehmenden Bedeutung des Webdesigns verlagerte das Friedrichsdorfer Unternehmen seine Tätigkeiten auf Onlinewerbung. Dadurch entstand die Spezialisierung auf das Erstellen von Whitepapers, Studien und Handbüchern als Online- oder Printpublikationen.



Taunus Vital Apotheke

Foto: Taunus Vital Apotheke



Seit 1951 ist die Taunus-Apotheke, Schmitten, eine feste Größe in der regionalen Gesundheitsversorgung im Usinger Land. Über

zwei Generationen der Gründerfamilie Girschick gewachsen, übernahm Apothekerin Anka Mitzel 1999 das Unternehmen. 2009 bezog die Apotheke ihren heutigen Standort in der Seelenbergerstraße und firmiert seither als Taunus Vital Apotheke. Zum Team gehören über 20 Fachkräfte, die sich regelmäßig fortbilden. Ergänzt wird das Angebot durch Services wie Botendienst, Reiseimpfberatung und Vitamin-D-Spiegel-Messungen.

Feiern Sie auch 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.

DIENTSTJUBILÄEN

25 Jahre

Andreas Dinsenbacher, Lulavere Hajzeraj, Commerzbank, Frankfurt

Marcus Thomaschewski, Dresdner und Commerzbank, Frankfurt

FIRMENJUBILÄEN

30 Jahre

Frankfurter Parkett Zentrum, Frankfurt

Den Wandel meistern

Tradition bewahren und dennoch zukunftsfähig bleiben: Diese Aufgabe begleitet das Frankfurter Familienunternehmen Meder seit 150 Jahren. Geschäftsführer Christian Völker bewahrt die lange Tradition des Hauses, gestaltet aber auch behutsam den Wandel.

Seit 1876 prägt der Name Meder den Handel in Frankfurt-Bornheim. Was als kleine Spenglerei begann, hat sich über fünf Generationen hinweg zu einem der bekanntesten inhabergeführten Einzelhandelsunternehmen in der Mainmetropole entwickelt. In diesem Jahr feiert Meder sein 150-jähriges Bestehen und steht beispielhaft dafür, wie sich Tradition, unternehmerischer Mut und Zukunftsorientierung verbinden lassen.

Familientradition weiterführen

„150 Jahre sind für mich etwas ganz Besonderes“, schwärmt Christian Völker, der seit 2022 die Geschicke des Unternehmens lenkt. „Das war keine Selbstverständlichkeit, denn ich habe in einer ganz anderen Branche Karriere gemacht und war international tätig.“ Dann sei Corona gekommen und ihm sei während der Pandemie klar geworden, dass er nicht mehr durch die Weltgeschichte reisen, sondern hierbleiben und die Familientradition weiterführen möchte. „Deshalb bin ich so dankbar, dass meine Familie diese Entscheidung unterstützt hat. Nur wenige Unternehmen dürfen auf eine so lange Geschichte zurückblicken.“

Gegründet wurde Meder von Simon Meder als Spenglerei. Aus der Verarbeitung von Holzartikeln wuchs – fast bei-läufig – ein neues Geschäftsfeld: Spielzeug aus Holzresten. Ergänzt wurde das Geschäft zunächst durch den Verleih von Zinkbadewannen. Daraus entwi-

ckelte sich über Jahrzehnte hinweg das heutige Sortiment aus Haushaltswaren, Spielwaren und Modellbau. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde das Unternehmen konsequent zum Handelsgeschäft ausgebaut, die Fläche erweitert und der Standort an der Berger Straße zum festen Anlaufpunkt im Stadtteil.

Modelleisenbahnen als Herzstück

Heute bleibt Meder mit über 30 000 Artikeln breit aufgestellt, hat aber gleichzeitig mit eigener Werkstatt, An- und Verkauf sowie fachkundiger Beratung seine Spezialisierung als eines der letzten Fachgeschäfte für Modelleisenbah-



Foto: Jochen Müller

Christian Völker, Geschäftsführer, Meder: „Der stationäre Handel muss heute mehr bieten als nur ein Produkt: Begegnung, Beratung und Erlebnis machen den Unterschied.“



KONTAKT

Meder

Berger Straße 198
 60385 Frankfurt
 Telefon 069/459832
 E-Mail info@meder-frankfurt.de
<https://meder-frankfurt.de>



nen in der Region stark ausgebaut. Persönliche Beratung bleibt dabei das Herzstück. „Der stationäre Handel muss heute mehr bieten als nur ein Produkt“, betont Völker. „Begegnung, Beratung und Erlebnis machen den Unterschied.“ Insbesondere bei hochwertigen Produkten zahle sich das aus.

In den vergangenen Jahren hat der neue Geschäftsführer gezielt in die Zukunftsfähigkeit des Betriebs investiert: Der Onlineauftritt wurde neu konzipiert und gestaltet, Social-Media-Kanäle ausgebaut, Abteilungen – insbesondere der Haushalts- und Modellbahnbereich – umgebaut und modernisiert. Zudem bietet das Unternehmen neuerdings auch Events an: Seit vergangenem Herbst werden regelmäßige Spieleabende durchgeführt, die immer ausgebucht sind. Online-Spielvorstellungen ergänzen das Angebot und sorgen für eine wachsende Onlinecommunity. Weitere Kun-

denbindungsformate sind in Planung. Darüber hinaus setzt Meder verstärkt auf Nachhaltigkeit, unter anderem durch eine große Photovoltaikanlage auf dem Dach und Kooperationen mit lokalen Herstellern, um regionale Produkte anzubieten.

Regional tief verwurzelt

Regionale Verankerung spielt für Meder eine wichtige Rolle: „Wir sind nach wie vor das kleine Kaufhaus in Bornheim, das über Generationen hinweg bekannt ist. Unsere Familie ist mit diesem Stadtteil verbunden.“ Deshalb wolle sich die Familie weiterhin hierfür einsetzen. „Ich engagiere mich als Vorsitzender des Bornheimer Gewerbevereins“, erzählt Völker. „Und wenn es Meder nicht mehr gäbe, würde ein Teil Frankfurter und Bornheimer Geschichte verloren gehen.“ Auch für die nächsten Jahre zählt Familienzusammenhalt als Erfolgsrezept, davon ist Völker überzeugt. „Es

funktioniert bei uns, weil sich die ganze Familie, zu der unsere Mitarbeiter auch gehören, immer dafür engagiert hat. Aufgeben war nie eine Option.“

Der Fokus des Kaufhauses liege weiterhin auf dem Einzelhandel vor Ort. „Unser Anspruch ist es, unseren Wurzeln treu zu bleiben und gleichzeitig offen für Neues zu sein“, sagt Völker. In den aktuell herausfordernden Zeiten wolle die Familie alles geben, um den Bestand des Frankfurter Traditionsgeschäfts zu sichern und auch eine Beständigkeit für Bornheim anzubieten. Der Geschäftsführer blickt trotz turbulenter Zeiten und Konkurrenz durch den Onlinehandel zuversichtlich in die Zukunft. „Für uns ist es die beste Motivation, täglich schöne Momente mit unseren Kunden im Geschäft zu erleben. Viele von ihnen kennen wir noch als Kinder, und jetzt kommen sie als Eltern oder Großeltern und bringen ihre eigenen Kinder oder Enkelkinder mit.“

Foto: Meder GmbH



DIE AUTORIN



Dr. Noemí Fernández Sánchez
 Referentin, Standortpolitik, IHK Frankfurt
n.sanchez@frankfurt-main.ihk.de

„Komm, wir gehen zum René“

Seit Kurzem ist Alt-Eschersheim um ein neues altes Kleinod reicher. Das Gasthaus „Zur golden Kron“ öffnete im November seine Pforten. Inhaber René Messerschmidt setzt auf gutbürgerliche Küche, die vegane und vegetarische Gerichte nicht ausschließt.

Bei René Messerschmidt wuchs mit zunehmender Berufserfahrung der Wunsch nach einem eigenen gastronomischen Konzept. Das alte Fachwerkensemble in Alt-Eschersheim schien für den 40 Jahre alten Gastro-Allrounder aus Oberursel die ideale Location zu sein: „Mir war schnell klar: Dieser Ort passt zu mir, hier möchte ich mein erstes eigenes Lokal eröffnen“, erinnert sich der gelernte Hotelfachmann und Koch. Obwohl es in Frankfurt grundsätzlich nicht schwer ist, Pächter zu finden, stand das Objekt längere Zeit leer.

Wild aus der Region

Seit seinem 16. Lebensjahr arbeitet Messerschmidt in der Gastronomie. In den vergangenen sieben Jahren konzentrierte er sich vor allem auf die Küche und entdeckte dort seine Leidenschaft. Seine beruflichen Stationen reichen von kleinen Bars bis zu großen Gasthäusern mit mehreren Hundert Plätzen. Ein prägender Einfluss war seine Zeit als Koch im Hofcafé des Dottenfelderhofs in Bad Vilbel, das sowohl einen vegetarischen als auch einen veganen Schwerpunkt hat. Dieser kulinarische Ansatz zeigt sich heute auch in der Speisekarte des Gasthauses Zur golden Kron. Dennoch arbeitet er besonders gern mit Wild aus der



René Messerschmidt, Inhaber, Zur golden Kron: „Mir war schnell klar: Dieser Ort passt zu mir, hier möchte ich mein erstes eigenes Lokal eröffnen.“

Region: Seit der Eröffnung im November wurden bereits 14 Wildschweine aus dem Königsteiner Forst verarbeitet.

Bioweine und bayerisches Bier

Bei den Speisen setzt Messerschmidt auf Ehrlichkeit und Qualität. „Die Gerichte sollen schmecken und zugleich bezahlbar bleiben. Regionalität ist mir

wichtig, und die Zutaten stammen vor allem aus der Umgebung“, erklärt der Wirt. Die Golden Kron verstehe sich als Gasthaus mit gutbürgerlicher, bodenständiger Küche in Wohnzimmeratmosphäre. Persönlicher Kontakt mit dem Gast sei ihm wichtig. „Mein Ziel ist es, dass die Leute im Viertel sagen: ‚Komm, wir gehen zum René in die Kron essen.‘“ Auch beim Getränkean-



KONTAKT

Zur Golden Kron

Alt-Eschersheim 58
60433 Frankfurt-Eschersheim
Telefon 069/30858700
E-Mail info@zurgoldenkron.de
www.zurgoldenkron.de

gebot setzt Messerschmidt auf Vielfalt statt auf eine starke Nische. Die „Golden Kron“ versteht sich nicht als klassische Apfelweinwirtschaft. Stattdessen soll jeder Gast trinken können, was er möchte: bezahlbare Bioweine vom Winzer, Apfelwein von einer befreundeten Kelterei aus Oberursel, selbstgemachte Limonaden und bayerisches Bier.

Der Start in die Selbstständigkeit verlief rasant: „Mein Team hatte ich innerhalb von fünf Wochen zusammen. Ende September habe ich den Pachtvertrag unterschrieben und schon am ersten November war die Eröffnung.“ Während der Renovierung hätten schon viele neugierige Anwohner vorbeigeschaut und nach dem Konzept gefragt. „Das Feedback war eindeutig: Gutbürgerliche Küche habe im Viertel nach dem Abriss des Drosselbarts gefehlt. Bei unserer Eröffnung wurden wir regelrecht

von Gästen überrannt“, erzählt Messerschmidt. Zum Team gehören ein Koch, eine Küchenhilfe sowie zwölf Service-Aushilfen. Und Messerschmidt selbst. Er will dem Gasthaus ein Gesicht verleihen. Dabei packt er überall mit an: Er kocht, vertritt bei Krankheit, organisiert den Betrieb und übernimmt auch Reinigungsarbeiten selbst. Vieles geschieht noch in Eigenleistung, bis sich die Abläufe eingespielt haben. Zudem will er im Sommer einen Ausbildungsplatz in der Küche anbieten.

Gemütlich wie im eigenen Wohnzimmer

Neben dem Restaurantbetrieb bietet die „Golden Kron“ zahlreiche Möglichkeiten für Veranstaltungen. Firmenfeiern können als geschlossene Gesellschaft stattfinden, ein Sèparee bietet Platz für kleinere Gruppen bis 30 Personen, und auch im Innenhof mit 80 Sitzplätzen lassen sich Events ausrichten. In der Eventküche im ersten Stock des Nebengebäudes – dem sogenannten Kronhof – gibt es einen großen Kochbereich und Essraum für gemeinsame kulinarische Erlebnisse. Für die Zukunft des Kronhofs hat Messerschmidt viele Ideen: Degustationsabende mit Winzern, kulinarische Events in Zusammenarbeit mit einem Metzger aus Oberursel, Workshops rund ums Wurstmachen und die Verarbeitung von heimischen Wildkräutern sowie kulinarische Lesungen.

Mit Blick auf den Sommer hofft er zudem auf zusätzliche Gäste für den Sommergarten, etwa auf Radfahrer, die entlang der Nidda unterwegs sind. „Wir haben mittlerweile eine kleine Stammschaft, die regelmäßig bei uns vorbeischaud und sogar schon einen Stammtisch“, sagt er. Acht von zehn Gästen kämen mit dem Rad: „Das dürfen sehr gern noch ein paar mehr werden.“ Im Gastraum arbeitet Messerschmidt zudem weiter am Feinschliff, damit das Ambiente noch gemütlicher wird. Der Besuch beim „René“ sollte sich anfühlen wie ein Abstecher ins eigene Wohnzimmer.



DIE AUTOREN

**Max Kendl (l.)**

Referent, Standortpolitik, IHK Frankfurt
m.kendl@frankfurt-main.ihk.de

**Martin Süß (r.)**

Referent, Standortpolitik, IHK Frankfurt
m.suess@frankfurt-main.ihk.de



Mietverwaltung
Objektpflege & Mängelbeseitigung
Technisches Gebäudemanagement
Nebenkostenabrechnung

hausverwaltung@artichoc.de

Jetzt anrufen: 069 633493515

Ihre **Hausverwaltung**

RECHT

Geldwäsche: Fristen für die Stellungnahme

Foto: mauritius images / RatfK




Verpflichtete aus dem Privatsektor haben derzeit die Möglichkeit, im Rahmen einer Konsultation der Europäischen Geldwäscheaufsichtsbehörde Amla für die Rechtslage ab dem 10. Juli 2027 online zu zwei Entwürfen von sogenannten Technischen Regulierungsstandards (RTS) beziehungsweise Leitlinien (GL) Stellung zu nehmen. Damit soll insbesondere die Umsetzbarkeit der geplanten Regularien auch im Nichtfinanzsektor berücksichtigt werden. Die Dokumente stehen nur in englischer Sprache zur Verfügung. Die Stellungnahmefristen laufen bis zum 15. Juni und 15. Juli 2026.



WEITERBILDUNG

Auf dem Weg: digitale Prüfungen

In der IHK Frankfurt sind sie schon gang und gäbe: die digitalen Prüfungen in der Fortbildung und in der Sachkunde. Künftig wird die IHK-Organisation ihre bundeseinheitlichen Prüfungen auf eine gemeinsame digitale IHK-Plattform überführen. Auf ihr sollen perspektivisch die schriftlichen IHK-Prüfungen digital durchgeführt und auch digital korrigiert werden können. Der Start ist für Herbst 2027 mit den Zwischenprüfungen in der Berufsausbildung vorgesehen. www.dihk.de  Arbeitswelt

INTERNATIONAL

Nahost-Konflikt treibt Kosten in die Höhe



Der Nahost-Konflikt erhöht die Kosten vieler Firmen: 83 Prozent der von der DIHK befragten rund 2 400 Unternehmen melden negative Folgen, in der Industrie sogar 87 Prozent. Vor allem Fracht- und Transportkosten, Energiepreise sowie Rohstoff- und Materialkosten steigen entlang der Wertschöpfungsketten. Viele Betriebe geben den Druck über höhere Preise weiter, verschieben Investitionen und schärfen ihr Risikomanagement. In der Industrie berichten 16 Prozent von Engpässen bei rohöl-basierten Vorprodukten. DIHK-Außenwirtschaftschef Volker Treier spricht von einem doppelten Schock aus Kosten und Unsicherheit und fordert Reformen zur Entlastung des Standorts.



FRANKFURTER AUSSENWIRTSCHAFTSKALENDER

Außenwirtschaftstag Hessen

Donnerstag, 11. Juni, ganztägig,
Telefon 069/2197-1576

Restart: Innovation und Investment Frankfurt

Montag, 22. Juni, 9 bis 15 Uhr,
Telefon 069/2197-1435

Webinar: Entsendung von Mitarbeitern nach Frankreich

Donnerstag, 25. Juni,
10 bis 11.30 Uhr,
Telefon 069/2197-1359




Weitere Infos und Anmeldung zu den Veranstaltungen online unter www.frankfurt-main.ihk.de/veranstaltungen
Die Teilnahme an den Veranstaltungen ist teilweise gebührenpflichtig.



Foto: picture alliance / ANP, Remko de Waal

UMWELT

Impulse für eine zirkuläre Industrie

Ein Impulspapier der Deutschen Energie-Agentur (dena) zeigt auf, wie Unternehmen zirkuläre Geschäftsmodelle entwickeln können, die wirtschaftlich tragfähig und ökologisch wirksam sind. Es enthält Empfehlungen, um die Transformation zur Kreislaufwirtschaft zu beschleunigen, etwa durch die Förderung von Sekundärrohstoffen, Anreize für zirkuläre Innovationen, den Aufbau regionaler Kreislaufcluster sowie mehr Transparenz und vereinfachte regulatorische Rahmenbedingungen. Ziel ist es, die Umsetzung der Nationalen Kreislaufwirtschaftsstrategie (NKWS) voranzubringen und Unternehmen praxisorientierte Orientierung zu bieten. www.klimaschutz-unternehmen.de  Kreislaufwirtschaft

INTERNATIONAL

Abschaffung zollfreier Kleinsendungen

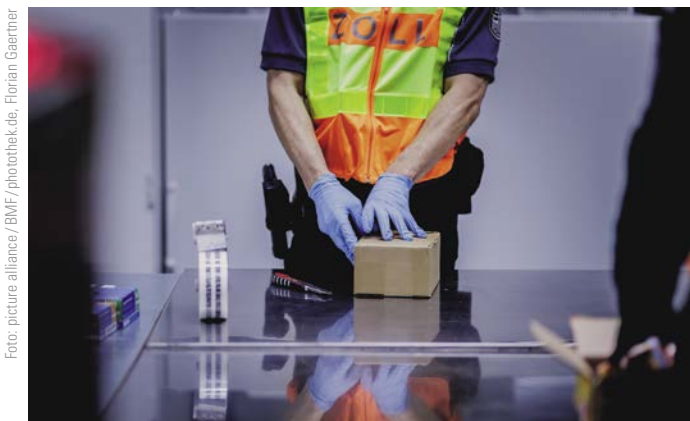


Foto: picture alliance / BMF / photothek.de, Florian Gaertner

Ab 1. Juli wird auch auf in die EU eingeführte Pakete mit einem Wert unter 150 Euro Zoll erhoben. Basis ist die sechsstellige Warennummer. Falls sich im Paket vier Waren mit unterschiedlichen HS-Unterpositionen befinden, werden vier mal drei Euro Zoll erhoben. Zusätzlich wird, wie bislang auch, die Einfuhrumsatzsteuer abgeführt. Weiterhin wird über eine pauschale Abfertigungsgebühr für Kleinsendungen beraten. Damit soll der Aufwand abgedeckt werden, der bei der Überprüfung der Sendungen hinsichtlich Einhaltung der gesetzlichen Regelungen entsteht. Die Abfertigungspauschale könnte ab Herbst 2026 anfallen. Die Umsetzung dieser Maßnahme stellt Post- und Expressdienste vor erhebliche Herausforderungen, zumal die genaue Zuordnung der Kleinsendungen noch nicht abschließend geklärt ist.

INTERNATIONAL

Handelshemmnisse belasten Unternehmen



Die Umfrage „Going International 2026“ zeigt für hessische Unternehmen ein zunehmend herausforderndes Umfeld im Auslandsgeschäft. 72 Prozent (bundesweit 69 Prozent) der Betriebe melden

eine Zunahme von Handelshemmnissen – ein Höchststand in der Geschichte der Erhebung. Zudem sehen 83 Prozent hausgemachte Hürden aus Deutschland und der EU als erhebliche Belastung für ihre internationalen Aktivitäten. Trotz dieser Rahmenbedingungen bewerten hessische Unternehmen ihre aktuelle Geschäftslage in einzelnen Märkten wie Indien sowie in der EU (ohne Eurozone), der Schweiz und Norwegen noch besser als der Bundesdurchschnitt. Der Blick nach vorn fällt jedoch deutlich pessimistischer aus, insbesondere für den US-Markt.



Foto: mauritius images / Westend61, Andrew Brookes

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir ab sofort einen

Industriebuchbinder (d/m/w)

Medientechnologie Druckweiterverarbeitung

Ihr Profil

Sie verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung zum Medientechnologen Druckverarbeitung oder haben bereits Erfahrungen im Bereich industrieller buchbinderischer Verarbeitung gesammelt und sind sicher im Schneiden, Fäln und Heften. Dabei wären Erfahrungen mit der Polar Schneidemaschine, MBO-Falzmaschinen und Heidelberg ST 450 Sammelhefter von Vorteil. Darüber hinaus arbeiten Sie gern im Team, sind schnell und genau.

Wir bieten

- ein gutes Betriebsklima
- eigenverantwortliche Mitarbeit in einem teamorientierten Arbeitsumfeld
- einen sicheren Arbeitsplatz
- Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten
- JobTicket und JobRad
- attraktive Vergütung und gute Sozialleistungen (betriebliche Altersvorsorge etc.)
- eine abwechslungsreiche Tätigkeit

Sie besitzen

- einen hohen Qualitätsanspruch an sich und die Arbeit
- Flexibilität und Belastbarkeit
- Eigeninitiative und eine selbstständige Arbeitsweise
- Ordnungssinn und ein Gefühl für Sauberkeit

Wir sind ein erfolgreiches Druckunternehmen in Frankfurt. Mit rund 60 Mitarbeitern gehören wir zu den leistungsfähigsten Printdienstleistern im Rhein-Main-Gebiet.



Interessiert?

Dann freuen wir uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen mit Angabe Ihrer Gehaltsvorstellung und Ihres frühestmöglichen Eintrittstermins.

Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG

Sontraer Straße 6
60386 Frankfurt am Main
Telefon 0 69 /42 09 03-0
E-Mail bewerbung@zarbock.de
www.zarbock.de



Innovation braucht Mut

Ein Gespräch mit Dr. Jan Feller, CEO, AHK Finnland, Deutsch-Finnische Handelskammer, über den Innovationsstandort Finnland und wie ein Wandel vom Tech-Cluster Nokia in ein vernetztes Tech-Ökosystem gelang.



Dr. Jan Feller, CEO, AHK Finnland: „Finnland hat in Europa eine der höchsten Raten von IT-Experten auf dem Arbeitsmarkt.“

Herr Dr. Feller, Finnland gilt als besonders erfolgreich, Forschung in marktfähige Innovationen zu überführen. Was macht den Wissenstransfer zwischen Universitäten, Forschungsinstituten und Unternehmen so effektiv?

Ich selber habe auch in Finnland studiert, und der Kontrast war gewaltig: Vom ersten Semester an hatten wir Praxisprojekte mit Unternehmen. In Finnland werden jedes Jahr rund 20 Spin-offs aus der universitären Forschung offiziell gegründet. Das klingt zunächst wenig, ist jedoch bei 5,6 Millionen Einwohnern pro Kopf sehr viel. Hinzu kommen zahlreiche Gründungen, die nicht als offizielle Spin-offs registriert sind.

Deutschland kommt dagegen bei 83 Millionen Einwohnern auf lediglich 100 bis 150 offizielle Ausgründungen pro Jahr. Finnland hat die zweithöchste Rate in der EU an Studierenden in technischen Studienfächern. Und finnische Spin-offs aus der Uni sind überdurchschnittlich häufig Deep-Tech-getrieben. Zudem sind die Netzwerke in Finnland recht eng beieinander, was Zusammenarbeit bei Innovationen extrem erleichtert.

Finnlands Innovationsökosystem wird als ungewöhnlich kooperativ beschrieben. Woran liegt das?

In Finnland herrscht eine Probier- und Prototyp-Kultur. Aus Deutschland ken-

nen wir eher, dass bei neuen Technologien gleich die Risiken und nicht so sehr die Chancen betont werden. So hat der Bundestag ein „Büro für Technikfolgenabschätzung“ – mit einem Wort wie „Technikpotenzialanalyse“ könnte man einen anderen Anspruch kommunizieren. Die Finnen sind dagegen pragmatisch und offen für Ideen und Innovationen. Zudem hilft es sicher, als kleines Land das Gefühl zu haben, durch Zusammenarbeit etwas zu tun, um das Land voranzubringen. Es gibt aber auch bewusst gestaltete Strukturen, die nicht zwingend rein staatlich gestaltet sind: So schafft der Staat zum Beispiel im Cybersicherheitsbereich Gruppen, in denen sich Experten aus Unternehmen zum freiwilligen und vertraulichen Informationsaustausch treffen. Da helfen dann oft auch Wettbewerber einander bei Vorfällen, weil man Cybersicherheit eher als Gemeingut sieht.

Viele internationale Unternehmen nutzen Finnland als Testmarkt für neue Technologien. Was macht das Land zu einem so attraktiven Real-World Lab für Innovationen?

Hier hilft neben der Prototyp-Kultur auch ein kürzerer Zeithorizont Unternehmen in Finnland dabei, ihre neuen Produkte effektiv entwickeln und testen zu können. Wo wir in Deutschland erst lange an der Lösung sitzen, die dann hundertprozentig stimmt und ewig hält, gehen die Finnen die Problemlösung oft pragmatischer an. Finnland hat in Europa eine der höchsten Raten von IT-Ex-



High Tech Center HTC in Helsinki.

Innovationsreise nach Finnland

Mittwoch bis Freitag, 9. bis 11. September

Finnland zählt zu den innovationsstärksten Ländern der Welt und setzt Maßstäbe bei Digitalisierung, KI und nachhaltigen Technologien. Globale Player wie Nokia oder Kone sowie ein dynamisches Start-up-Ökosystem treiben zukunftsweisende Lösungen voran. Erleben Sie auf der Innovationsreise, wie enge Kooperationen zwischen Wirtschaft und Forschung Innovationen beschleunigen, erweitern Sie Ihr internationales Netzwerk und nehmen Sie Impulse für die eigene Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit mit. Die Teilnahme kostet 1 950 Euro zuzüglich Mehrwertsteuer (ohne Flüge und Übernachtungen). Infos und Anmeldung: www.ihk-hessen-innovativ.de  **Finnland**

perten auf dem Arbeitsmarkt. Das nutzen deutsche Mittelständler, die hier beispielsweise IoT-Lösungen entwickeln lassen. Zugleich treffen sie auf ein gutes Testfeld, nämlich Kunden aus der Industrie oder Endkunden, die gleichermaßen offen sind, Neues auszuprobieren. So schaffen Unternehmen eine schnellere Produktentwicklung mit offenem Kunden-Feedback.

Nach der Nokia-Ära hat sich in Finnland eine dynamische Start-up-Szene entwickelt. Wie ist dieser Wandel gelungen? Nokia war in den 2000er-Jahren für Finnland mindestens so wichtig wie die Autoindustrie für Deutschland. Das Land war damals führend in der Mobilfunk-Technik und hat den Handymarkt entscheidend bestimmt. Bis Software die Hardware als Wettbewerbsfaktor abgelöst hat. 2014 wurden mehr als 10 000 Nokia-Mitarbeiter entlassen, ihr technisches Know-how ist jedoch im Land geblieben. Sie haben bei anderen Unternehmen angeheuert und dort ihre Expertise eingebracht oder selbst Unternehmen gegründet. Es gab ein Programm bei Nokia, bei dem zwischen einer Abfindung oder einem – höheren –

Investment in ein zu gründendes Unternehmen gewählt werden konnte. Letztlich ist damit aus dem einen großen Tech-Cluster Nokia ein ganzes Tech-Ökosystem geworden.

Finnland wird weltweit für sein Bildungssystem gelobt. Welche Rolle spielt dieses System konkret für die Innovationsfähigkeit des Landes?

Finnlands Bildungssystem wurde berühmt, als die ersten Pisa-Studien herauskamen. Was damals für Finnland galt, gilt teilweise auch heute noch: Finnische Schüler zeigen deutlich bessere Ergebnisse in Lesen und Naturwissenschaften als der Durchschnitt der OECD-Länder, in Mathematik liegen sie inzwischen nur noch im Mittelfeld. Besonders ist aber, dass auch sozial benachteiligte Schüler in Finnland bessere Kompetenzen haben als in anderen Ländern. Die Kinder bekommen oft schon in der Mittelstufe einen eigenen Rechner von der Schule. KI wird in der Schule ausprobiert und es wird geübt, Prompts zu schreiben. Dadurch werden junge Menschen offen an digitale Themen herangeführt. Allerdings wird auch in Finnland gerade ein Verbot privater Handys an Schulen eingeführt.



IHK ONLINE

Weitere Infos zum Wirtschaftsstandort Finnland finden Sie auf der Homepage der AHK Finnland:

www.ahkfinland.de



INTERVIEW



Frank Irscher

Innovationsberater, IHK Hessen innovativ, c/o IHK Frankfurt
f.irscher@frankfurt-main.ihk.de



**Ihr Komplett-Entsorger
für die Region Rhein-Main**

**Der flexible
Containerdienst**



- Container-Vielfalt 1-40 m³
- Gewerbeabfall-Entsorgung
- Wertstoff-Recycling

K

U

R

Z

www.mulddienst-west.de

Werbung und die Fußball-WM



Maskottchen und offizieller Spielball der Fußball-WM 2026.

Foto: Picture Alliance / firo Sportphoto, Jorge Martinez

Foto: Picture Alliance / firo2press, Oliver Zimmermann

Die bevorstehende Fußball-Weltmeisterschaft verspricht wieder weltweite Aufmerksamkeit. Für Unternehmen stellt sich die Frage: Was ist in der Werbung rund um die WM erlaubt und wo beginnt ein Verstoß gegen die Fifa-Rechte.

Vom 11. Juni bis 19. Juli findet die Fußball-Weltmeisterschaft der Herren in Kanada, Mexiko und den USA statt. Für viele Unternehmen ist das Turnier ein attraktiver Anlass, um Produkte und Dienstleistungen aufmerksamkeitsstark zu bewerben. Allerdings ist die WM ein geschütztes Markenprodukt der Fifa, deren kommerzielle Rechte umfassend gesichert und streng überwacht werden.

Markenwelt der Fifa

Die Weltfußballverband hält zahlreiche Marken rund um das Turnier – von „Fifa Fußball-Weltmeisterschaft“ über Wort-/Bildmarken wie „World Cup“ bis hin zu den Maskottchen Clutch, Maple und Zayu. Auch Slogans wie „We are 26“ oder „Mundial 26“ genießen Schutz. Unternehmen, die diese Begriffe oder Logos ohne Berechtigung verwenden, riskieren Abmahnungen, einstweilige Verfügungen und Schadensersatzforderungen.

Eine Werbung im Kontext der Weltmeisterschaft kann dennoch zulässig sein, wenn sie rein beschreibend bleibt und keinen falschen Eindruck einer Partnerschaft mit der Fifa erweckt. Preisaktionen während des Turniers, allgemein fußballaffine Ge-

staltung oder eigene Spielpläne sind erlaubt – sofern keine geschützten Symbole genutzt werden und keine unzulässige Assoziation mit der WM entsteht.

Lizenzen erwerben

Wer mit offiziellen WM-Begriffen oder -Symbolen werben möchte, benötigt eine zuvor schriftlich erteilte Lizenz der Fifa. Nur offizielle Partner, Sponsoren und regionale Unterstützer dürfen die entsprechenden Kennzeichen verwenden und sich selbst mit der WM in Verbindung bringen. Lizenznehmer dürfen dagegen ausschließlich die vereinbarten Produkte mit den Fifa-Zeichen kennzeichnen, nicht jedoch das eigene Unternehmen als WM-nah präsentieren. Informationen zu Lizenzmodellen stellt die Fifa über ihre offiziellen Kontaktstellen bereit.

Geschützte Markennamen

Unternehmen sollten vor eigenen Werbemaßnahmen prüfen, ob verwendete Begriffe oder Gestaltungen an geschützte Fifa-Marken erinnern. Schon eine gedankliche Verbindung – etwa durch ähnliche Slogans oder eine an das WM-Design angelehnte Optik – kann problematisch sein. Nicht zulässig ist zudem die Nutzung von Fifa-Merchandising als Schaufensterdekoration, die Übernahme des offiziellen Spielplans oder die Verwendung geschützter Begriffe in Produktnamen. Auch Sammelbilder oder Spielerporträts dürfen nur mit nachweisbarer Zustimmung der jeweiligen Athleten werblich eingesetzt werden.

Public Viewing

Public-Viewing-Veranstaltungen unterliegen besonderen Regelungen. Die Nutzung von WM-Übertragungen im öffentlichen Raum kann genehmigungspflichtig sein und erfordert – abhängig vom Umfang – eine entsprechende Lizenz des Weltfußballverbands. Eine kostenpflichtige Fifa-Lizenz ist erforderlich, wenn das Public Viewing kommerziell ist, beispielsweise durch Eintritts- oder Mindestverzehrgebühren, Sponsoring oder andere wirtschaftliche Vorteile. Eine lizenzpflichtige, aber kostenfreie Genehmigung wird benötigt, wenn es sich um ein nicht kommerzielles Event mit mehr als 5000 Zuschauern handelt. Keine Lizenz ist nötig bei nicht kommerziellen Public Viewings, bei denen kein wirtschaftlicher Nutzen erzielt wird. Auch Übertragungen in Pubs, Bars oder Clubs sind lizenzfrei, solange sie im normalen Geschäftsbetrieb stattfinden und keine zusätzlichen kommerziellen Aktivitäten (zum Beispiel Eintritt oder Sponsoring) erfolgen.

Gema-Gebühren

Wird bei Public-Viewing-Events Musik genutzt, fallen zusätzlich Gema-Gebühren an. Dies betrifft sowohl Hintergrundmusik als auch die Verwendung musikalischer Einspielungen im Rahmen der Veranstaltung. Unternehmen sollten diese zusätzlichen Kosten einkalkulieren und die Veranstaltung rechtzeitig anmelden, um spätere Forderungen oder Nachberechnungen zu vermeiden.

Trotz dieser Einschränkungen bietet die Fußball-WM den Unternehmen zahlreiche Möglichkeiten für kreative Werbung – solange die Grenzen der Markenrechte eingehalten werden. Im Zweifel empfiehlt sich eine rechtliche Prüfung, um Risiken wie Abmahnungen, Unterlassungsansprüche oder Schadensersatzforderungen zu vermeiden. Unternehmen, die die Regeln kennen und beachten, können das Turnier dennoch als wirksamen Kommunikationsanlass nutzen.

Weitere Infos

- Fifa-Richtlinien für geistiges Eigentum:



- Fifa-Richtlinien für Public Viewing:



- Beantragung von Public-Viewing-Lizenz der Fifa:



DER AUTOR



Martin Süß

Referent, Standortpolitik, IHK Frankfurt
m.suess@frankfurt-main.ihk.de

Zentraler Standortfaktor

Der Frankfurter Airport ist nach wie vor ein führendes globales Verkehrs- und Logistikkreuz. Vor allem die hohen Standortkosten machen der Branche aber aktuell zu schaffen und schwächen die internationale Wettbewerbsfähigkeit. Hier ist die Politik gefordert.

„Frankfurt ist und bleibt Deutschlands Tor zur Welt und eines der wichtigsten Luftverkehrsdrehkreuze für Passagiere und Fracht in Europa“, sagt Dr. Stefan Schulte, Vorstandsvorsitzender der Flughafenbetreibergesellschaft Fraport. Rund 590 Starts und genauso viele Landungen, knapp 170 000 Passagiere, mehr als 5 600 Tonnen Fracht – und das jeden Tag. Es sind beeindruckende Zahlen, die belegen, warum der Frankfurter Flughafen führender Fracht- und viertgrößter Passagierflughafen Europas ist.

Strukturelle Probleme

Jedoch gab es zuletzt ein paar Turbulenzen. So verlor das internationale Drehkreuz 2024 nach vielen Jahren seinen Spitzenplatz in der sogenannten Hub-Konnektivität und liegt nun auf Rang drei hinter Dallas/Fort Worth und Istanbul. Vieles deutet darauf hin, dass es sich nicht nur um eine normale Marktschwankung handelt, sondern dass vor allem strukturelle Probleme der Grund dafür sind. Die staatlich regulierten Standortkosten seien in Deutschland viel zu hoch, so Schulte: „Allein 2025 stiegen diese Belastungen für unsere Branche um 1,1 Milliarden Euro auf insgesamt 4,4 Milliarden Euro. Seit 2019 haben sich diese Kosten sogar mehr als verdoppelt“, sagt er.

„Die hohen Standortkosten könnten sich zum Business-Killer entwickeln“, befürchtet Michael Hoppe. Er ist Chair-



Das neue Terminal 3.

man und Executive Director des Barig (Board of Airline Representatives in Germany). Der Verband vertritt die Interessen von über 100 nationalen und internationalen Fluggesellschaften in Deutschland. Kostentreiber sind laut Hoppe unter anderem die Gebühren für die Luftsicherheit und die Flugsicherung, die Entgelte für die Flughafenutzung, die Kosten der Flughafeninfrastruktur sowie die Luftverkehrsteuer. „Diese Steuer, die es ohnehin nur in wenigen Ländern Europas gibt, muss dringend abgeschafft oder zumindest erheblich gesenkt werden, um die Wettbewerbsfähigkeit des Standorts wiederherzustellen“, sagt Hoppe.

Die Branche entlasten

„Der Luftverkehr hat eine strategische Bedeutung. Ohne ihn hätte sich die Region nicht zur Weltmetropole entwickelt“, betont Hessens Wirtschaftsminister Kaweh Mansoori. „Wir dürfen international nicht den Anschluss verlieren. Es geht etwa um die Senkung staatlicher Abgaben und faire Rahmenbedingungen für nachhaltige Flugkraftstoffe.“ Doch hier hakt es. Fraport-Chef Schulte fordert daher von der Politik, die Wettbewerbsfähigkeit der Branche weiter zu stärken. Die Bundesregierung habe mit den beschlossenen Entlastungen einen ersten Schritt ge-

DREI FRAGEN AN



Ulrich Caspar, Präsident, IHK Frankfurt, über das neue Terminal 3 und die Bedeutung leistungsstarker Airports für die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands

Herr Caspar, wie blicken Sie auf das neue Terminal 3?

Ein technisch sehr modernes Terminal und architektonisches Ausrufezeichen. Eines der größten privat finanzierten Infrastrukturprojekte Europas wurde planmäßig und im Budget fertiggestellt – ein Beleg, dass große Bauvorhaben in Deutschland erfolgreich umsetzbar sind.

Was bedeutet Terminal 3 für den Standort?

Der Flughafen Frankfurt ist das Tor Deutschlands zur Welt. Terminal 3 stärkt diese Rolle nachhaltig und schafft die Grundlage für weiteres wirtschaftliches Wachstum. Die Region ist auf internationale Erreichbarkeit angewiesen – für Geschäftsreisen, globale Lieferketten und den Wettbewerb um internationale Fachkräfte.

Was kann die Politik tun?

Während Seehäfen gefördert werden, werden Flughäfen belastet. Das

schwächt die internationale Wettbewerbsfähigkeit und den Export. Leistungsfähige Flughäfen sind zentrale Standortfaktoren und Jobmotoren. Die Bundesregierung hat daher die Aufgabe, die selbstgemachten Wettbewerbsnachteile im Luftverkehr in Deutschland abzubauen, vor allem die hohen staatlichen Standortkosten.

Die Fragen stellte Thomas Braun, IHK Frankfurt.



Jetzt
anmelden!

Donnerstag,
11. Juni 2026
IHK Frankfurt am Main

IHK AUSSENWIRTSCHAFTSTAG HESSEN

Regional vernetzt – global erfolgreich



www.aussenwirtschaftstag-hessen.de

macht, um die Branche zu entlasten. Damit Deutschland wieder zu anderen Wettbewerbern aufschließen könne, brauche es allerdings mehr.

„Nichts ist gewonnen, wenn Flugverkehre statt über unsere Flughäfen über die staatlich subventionierten Standorte in der Türkei und den arabischen Golfstaaten abgewickelt werden“, betont Mansoori. „Die gleiche Leistung erfolgt dann zu schlechteren Sozial- und Umweltbedingungen im Ausland. Arbeitsplätze verschwinden, Emissionen nehmen zu.“ Gerade auf europäi-

diesem Jahr 600 Millionen Euro in ein neues Luftfrachtzentrum investieren. Doch auch hier ist der Druck aus dem Ausland gewachsen. Flughäfen wie Luxemburg oder Istanbul buhlen um Marktanteile.

Investitionen fördern

Vor eine große Herausforderung stellen den Luftverkehr allgemein die wachsenden Anforderungen an Nachhaltigkeit, Klima- und Umweltschutz. Europa ist da an vielen Punkten bereits Vorreiter. Alternative Antriebstechnologien

Standortkosten wettbewerbsfähig gestaltet sind. Das neue Terminal 3 könne für einen weiteren Schub sorgen. Bis zu 19 Millionen Reisende werden dort künftig jährlich abfliegen, ankommen oder umsteigen. Daneben investiert Fraport in den Bestand, etwa in die mittlerweile rund 40 CT-Scanner am Terminal 1, die die Wartezeiten für die Fluggäste deutlich verkürzen. Diese Investitionen, ebenso wie das neue Lufthansa-Frachtzentrum, sind Zeichen dafür, dass die Beteiligten an den Standort glauben.

„Ohne den Luftverkehr hätte sich die Region nicht zur Weltmetropole entwickelt“

scher Ebene müsse Klimaschutz und Wohlstand auf Basis einer ehrlichen Debatte über einen sehr internationalen Luftverkehr zusammengedacht werden. „Mir geht es darum, dass wir in einem unfairen internationalen Wettbewerb mehr Position für unsere Arbeitsplätze beziehen“, sagt der Wirtschaftsminister.

Hart umkämpfter Markt

Die Wettbewerbslage habe sich in den vergangenen zehn Jahren durch die Auswirkungen der Coronapandemie, aber auch durch ein verändertes Reiseverhalten mit immer weniger Kurzstrecken- und Inlandsflügen massiv verändert, so Francesco Sciortino, Bereichsvorstand von Lufthansa Airlines und Hub-Manager für das Drehkreuz Frankfurt. Zudem habe die EU in den vergangenen Jahren viele Gesetze beschlossen, die heimische Airlines im Wettbewerb gegenüber ihrer außer-europäischen Konkurrenz benachteiligen. Das betreffe einen Hub wie Frankfurt besonders, der stark von umsteigenden Passagieren abhängig sei. Dem Luftfrachtverkehr in Frankfurt geht es nach Sciortinos Worten recht gut. Die Lufthansa werde auch deswegen in

stecken noch in den Kinderschuhen und werden auf absehbare Zeit keine bedeutende Option werden. Elektrisch kommt eine große Maschine nicht über den Atlantik, weil die Batterien zu schwer und nicht leistungsfähig genug sind. Selbst wenn es da einen Quantensprung geben sollte: Eine Umflotung würde etwa zwei Jahrzehnte dauern, erklärt Sciortino.

Dennoch investiert die Lufthansa rund zweieinhalb Milliarden Euro im Jahr in die Flottenmodernisierung. Dabei handelt es sich vor allem um moderne Flugzeuge, die weniger Sprit verbrauchen. Der Weg zur Klimaneutralität führt allerdings nur über alternative Treibstoffe. Die Lufthansa war nach Aussage Sciortinos eine der ersten Airlines, die ihre Maschinen mit Sustainable Aviation Fuel (SAF) betankte. Doch das ist noch teuer und nicht ausreichend verfügbar. Barig-Chef Hoppe findet, dass hier noch zu wenig seitens der Regierung geschehe: „Es gibt keine politische Flankierung, um Investitionen zu ermöglichen.“

Trotz aller Herausforderungen sieht Hoppe weiterhin gutes Potenzial für den Flughafen Frankfurt, sofern die



IHK ONLINE

Dieser Artikel ist die gekürzte Version eines Hintergrundberichts der Wirtschaftsinitiative Perform, der auch die IHK Frankfurt angehört. Die Langversion können Sie hier nachlesen:



DER AUTOR



Stephan Köhnlein

Journalist, Darmstadt

info@stephan-koehnlein.de

Foto: Stefan Kruttsch



Frank Büttner, Geschäftsführer, Frank's Carwash: „Wir wurden sofort in die Standort-Community aufgenommen.“



Foto: Metallmanufaktur Velte GmbH

Dirk Velte, Geschäftsführer, Metallmanufaktur Velte: „Es ist wichtig, Herzblut in die Ausbildung zu investieren.“

 GEWERBEGEBIETE

Hessentag gab den Impuls

Ausgewählte Gewerbegebiete im IHK-Bezirk Frankfurt werden in den nächsten Ausgaben des IHK WirtschaftsForums in einer Artikelserie vorgestellt. Diesmal im Fokus: das Gewerbegebiet An den Drei Hasen in Oberursel.

Oberursel geht bei der Entwicklung von Gewerbearealen einen eigenen Weg: Die Stadt hat in den vergangenen 15 Jahren mehrere Gewerbegebiete erweitert und damit sowohl ansiedlungsinteressierten Unternehmen als auch bestehenden Betrieben neue Zukunftsperspektiven eröffnet. Eine der Erfolgsgeschichten ist das Gewerbegebiet „An den Drei Hasen“, für das im neuen regionalen Flächennutzungsplan weitere Erweiterungsflächen vorgesehen sind.

Gaststätte ist Namensgeberin

Der ungewöhnliche Name geht auf die Gaststätte „Drei Hasen“ zurück, die Bernd Hasenmüller 1930 an der Stelle des heutigen Autohauses Koch eröffnete. Die „drei Hasen“ standen symbolisch für seine Ehefrau und die zwei Töchter. Das Gebiet entwickelte sich entlang der Landstraße Richtung Bad Homburg und erhielt 1968 offiziell seinen heutigen Namen. Als 2011 der Hessentag in Oberursel stattfand, waren

große Teile des heutigen Areals noch unbebaute Ackerflächen. Während des Hessentages waren dort unter anderem das große Festzelt, die Landesausstellung sowie zahlreiche Besucherparkplätze. Die im Zuge des Hessentags geschaffene Verkehrsinfrastruktur bot anschließend ideale Voraussetzungen, um das Gebiet weiterzuentwickeln.

Ab 2012 siedelten sich unter anderem Audi Marnet, KS Autoglas, KW Aufzugstechnik, Meier Gasttechnik, Merce-

DREI FRAGEN AN



Ulrike Böhme, Leiterin Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing, Stadt Oberursel, über die Planung und Weiterentwicklungen von Gewerbegebieten am Beispiel des Areals „An den Drei Hasen“

Frau Böhme, seit dem Hessentag 2011 wurde das Gewerbegebiet „An den Drei Hasen“ sukzessive erweitert. Was ist das Besondere an diesem Areal?

Qualitativ hochwertig, haben sich dort international agierende und produzierende Unternehmen und moderne Autohäuser angesiedelt. Und dies passend zum älteren Gewerbebestand, der sehr familiär und mittelständisch geprägt ist.

Was waren die Herausforderungen bei der Planung und Umsetzung der Erweiterung?

Der wertige Look des Gewerbegebiets mit viel Grün war schon im Bebauungsplan vorgesehen. Wir sind sehr zufrieden mit dem Mix im Gebiet und der Tatsache, so hochkarätigen Mittelständlern neue oder wichtige Erweiterungsfläche am Standort geboten zu haben.

Auf was sollten Kommunen bei der Weiterentwicklung ihrer Gewerbeflächen achten?

Bei absehbarer Nachfrage und wenig Möglichkeiten im Bestand zu entwickeln, ist eine maßstäblich passende Ausweisung von neuen Gewerbeflächen eine wichtige Investition in die Zukunft. Und letztendlich ein Muss, um einen Standort ökonomisch nachhaltig zu entwickeln.

Die Fragen stellte Max Kendl, IHK Frankfurt.

des-Benz Senger, Porsche-Zentrum Bad Homburg/Oberursel sowie Raab Karcher an. Mit ihren mehrgeschossigen Neubauten zeigen sie, wie auch flächenintensive Branchen verantwortungsvoll und effizient mit dem knappen Gut Boden umgehen können. Parallel dazu erhielten Oberurseler Unternehmen wie Weppler Filter und die Christian Bollin Armaturenfabrik zusätzliche Erweiterungsflächen.

Gewerbe, Sport, Schulen

Die Lage des Gewerbegebiets zwischen Oberursel und Bad Homburg, unmittelbar an der A 661, macht es zu einem der attraktivsten Wirtschaftsstandorte in der Metropolregion. Aktuell umfasst das Areal rund 34,5 Hektar und beherbergt eine vielfältige Mischung aus Familienunternehmen, Handwerksbetrieben, Fachmärkten, Filialisten und international tätigen Firmen. Neben den gewerblichen Nutzungen prägen auch Sportanlagen und Schulen das Gebiet – darunter die Hochtaunusschule sowie die Swiss International School.

Zu den ältesten im Gebiet ansässigen Unternehmen zählt die Metallmanufaktur Velte. Gegründet 1973, verlegte der Betrieb seinen Firmensitz 1978 an die Drei Hasen. In den Achtzigerjahren trat Dirk Velte in das Familienunternehmen ein, und in zwei Jahren wird sein Sohn in dritter Generation die Geschäftsführung übernehmen. Das Unternehmen beschäftigt aktuell 26 Mitarbeiter. Velte deckt ein breites Spektrum der Metallbearbeitung ab. Die Leistungen reichen von klassischen Schlossereiarbeiten, Restaurierungen, Schmiedekunst und künstlerischer Metallgestaltung bis hin zu Fahrzeugbau und -umbauten, Toren und Zäunen, Möbeln, Briefkästen, Markisenkonstruktionen, Zähnen für Baggerschaufeln, Schwertanfertigungen sowie maßgeschneiderten Speziallösungen aller Art.

Mit viel Herzblut

Seit über 50 Jahren engagiert sich das Unternehmen intensiv in der Ausbildung. Über 80 junge Menschen wurden

seither ausgebildet. Pro Jahr bietet das Unternehmen 15 Praktikumsplätze an – ein zentraler Baustein, um spätere Auszubildende und Fachkräfte zu gewinnen. Velte ist zudem mit Ausbildern, Berufsschullehrern und in der regionalen Wirtschaft intensiv vernetzt. „Mit einer Ellenbogenmentalität kommt niemand mehr weiter“, ist er überzeugt.

Gewerbemarktbericht

Jedes Jahr veröffentlichen die Mitglieder des Netzwerks „Frankfurter Immobilienbörse bei der IHK Frankfurt“ den Gewerbemarktbericht – Gewerbeflächen im IHK-Bezirk Frankfurt. Der Bericht liefert Einblicke in Trends, Entwicklungen und Marktpreise für Gewerbeimmobilien in Frankfurt sowie in den Kommunen des Hochtaunus und Main-Taunus. www.frankfurt-main.ihk.de/gewerbemarktbericht

Gewerbegebiet An den Drei Hasen

- Größe: 34,5 Hektar
- Beschäftigte: 3000
- Mietpreise: Büroflächen 6,50 bis 15 Euro, Logistik- und Produktionsflächen 4,50 bis 6,50 Euro pro Quadratmeter
- Planungsrecht: B-Plan 917 „An den Drei Hasen“, Gewerbegebiet, Mischgebiet, Gemeinbedarfsfläche; und B-Plan 916 „Untere Zeil“, Gewerbegebiet nach Baunutzungsverordnung

Die Unterstützung seiner Azubis geht weit über die reine Vermittlung von Fachwissen hinaus. Er hilft ihnen beim Finden von Wohnraum, darüber hinaus erhalten sie einen monatlichen Zuschuss für die Miete. „Es ist wichtig, Herzblut in die Ausbildung zu investieren“, ist er überzeugt. Denn nicht nur das eigene Unternehmen, sondern die Fachkräftebindung am Standort profitiere unmittelbar davon. Viele seiner Azubis würden nach ihrer Prüfung übernommen oder fänden eine Stelle bei anderen vor Ort ansässigen Unternehmen.

Aufenthaltsqualität weiter verbessern

Für Velte bieten die „Drei Hasen“ nahezu perfekte Standortbedingungen:

U- und S-Bahn sind in zehn Minuten fußläufig erreichbar, ein Überlandbus von Karben nach Wiesbaden hält hier, die A 661 ist in wenigen Sekunden erreicht. Dazu kommt die Nähe zu Frankfurt, gepaart mit Taunus-Qualität und kleinstädtischem Flair: „Wir haben das unerschämte Glück, in dieser Region leben und arbeiten zu dürfen.“ Als Säulensprecher des Gewerbevereins Fokus O. für den Gewerbepark „An den Drei Hasen“ fungiert Velte als zentraler Ansprechpartner für die Stadt und die ansässigen Unternehmen.

Er motiviert Unternehmen, sich stärker zu vernetzen und für ihren Standort einzusetzen, ihn aktiv zu bewerben und sich gemeinsam für Verbesserungen zu engagieren. Velte ist auch ein Befür-

worter der Erweiterung des Gewerbegebiets. Seiner Meinung nach sind Synergien schon jetzt klar erkennbar und könnten noch verstärkt werden: Mehr Betriebe sorgten für mehr Frequenz, wovon Fachmärkte ebenso wie Handwerk und Autohäuser profitierten. Das gastronomische Angebot im Quartier sei allerdings noch ausbaufähig. Mehr Gastronomie würde die Tagesfrequenz erhöhen und die Aufenthaltsqualität verbessern.

Starke Identifikation

Eines seiner Herzensprojekte ist das Drei-Hasen-Fest, das alle zwei Jahre stattfindet: eine große Unternehmensschau, kombiniert mit einer Oldtimer-Ausstellung, einer Bühne für Vereine sowie einem vielfältigen Unterhaltungsprogramm. Für viele Betriebe bietet das Fest die ideale Gelegenheit, sich und ihren Standort sichtbar zu machen. So entstehen Wertschätzung für die Leistungen der Unternehmen und eine starke Identifikation mit dem Drei-Hasen-Gewerbegebiet.

Ein Beispiel für eine gelungene Neuan siedlung ist Frank's Carwash, eine nachhaltige und hochinnovative Waschstraße. Das Familienunternehmen aus

Wir halten, was wir bauen

Für uns beginnt jedes Projekt mit einem Gespräch und dem Verständnis für Ziele, Verantwortung und wirtschaftliche Rahmenbedingungen.

Wir planen, koordinieren und realisieren bis zur Schlüsselübergabe.



**BUHRER+
WEHLING**





Foto: Petra Wenke

Heusenstamm startete 1999 mit SB-Waschanlagen im Landkreis Offenbach und eröffnete 2015 seine erste textile Indoor-Pkw-Waschstraße. Die Ansiedlung in Oberursel markiert einen strategischen Meilenstein. Ein Kundenmagnet ist die Indoor-Saughalle, die einen wetterunabhängigen Betrieb und Besuch ermöglicht.

Ressourcenschonendes Konzept

Als energie- und wasserintensives Unternehmen setzt Geschäftsführer Frank Büttner konsequent auf Effizienz und Umweltverträglichkeit und arbeitet so ressourcenschonend wie möglich. Rund 98 Prozent des Brauchwassers werden durch ein biologisches Aufbereitungssystem zurückgewonnen, sodass kein Wasser in den Kanal gelangt. Regenwasser wird über zwei große Zisternen genutzt, um den Frischwasserverbrauch weiter zu reduzieren. In allen Bereichen sorgt LED-Beleuchtung für Stromersparnis, während Photovoltaikanlagen Eigenstrom und Warmwasser

erzeugen. Bei Vollast im Sommer ist der Betrieb häufig energieautark.

Die 2000 Quadratmeter große Indoor-Waschstraße wirkt an den Drei Hasen als starker Frequenzbringer, besonders an Freitagen und Samstagen. Kunden, die zum Autowaschen kommen, nehmen gleichzeitig die umliegenden Autohäuser wahr, während die Händler von ergänzenden Serviceangeboten wie Waschgutscheinen profitieren, die direkt an Käufer ausgegeben werden.

Auch bei Ausfällen eigener Anlagen springt Frank's Carwash ein und gewährleistet einen verlässlichen Service der Autohäuser. Büttner lobt die Stadt Oberursel und den Gewerbeverein Fokus O.: „Wir wurden sofort in die Standort-Community aufgenommen. Während der Bauphase bekamen wir immer direkt Termine und die Kommunikation ist hervorragend“, sagt er. „Wir wurden unterstützt, wo immer und wann immer es nötig war.“ Dies sei nicht unbedingt selbstverständlich.



IHK ONLINE

Weitere Infos zum Gewerbegebiet An den Drei Hasen finden Sie auf der Homepage des Gewerbevereins Fokus O.:



DER AUTOR



Max Kendl

Referent, Standortpolitik, IHK Frankfurt
m.kendl@frankfurt-main.ihk.de

„Ein besseres Leben für alle“

Foto: Jochen Müller



Ein Gespräch mit Jonathan Radetz, Inhaber, Studio Jonathan Radetz, Frankfurt, über seine Beiträge zum Themenjahr der World Design Capital: New Neues Frankfurt, Fritten für Frankfurt und WeKitchen.

Herr Radetz, Sie bringen sich mit verschiedenen Formaten und Projekten stark in das World-Design-Capital-Jahr ein. Was reizt Sie als Produktdesigner daran?

Wir arbeiten in unserem Designstudio multidisziplinär und beschäftigen uns intensiv mit gesellschaftlichen Themen und Trends. Von daher haben wir uns mit einigen Projekten beworben, an denen wir gerade gearbeitet haben. Den Begriff Gestaltung neu zu definieren, ihn durch Teilhabe auch erlebbar zu machen, das finde ich total spannend.

Im Kontext des Projekts „New Neues Frankfurt“ spannen Sie den weiten Bogen vom Neuen Frankfurt bis in die Gegenwart hinein. Für ein Designlabor im Mayhaus haben Sie diverse Möbel für kleine Grundrisse geschaffen. Wie kam es dazu?

Aufgrund der Mietpreisentwicklung in den Städten geht es in Zukunft vor allem darum, ohne Abstriche bei der Qualität auf kleinerer Fläche zu leben. So habe ich über Möbel für kleinere Grundrisse nachgedacht und einen Bausatz als Prototyp entwickelt. Das Neue Frankfurt stand seinerzeit für den sozialen Wohnungsbau. Obwohl viele Menschen nur das Existenzminimum hatten, gab man ihnen im Zuge des großangelegten Städtebauprogramms die Möglichkeit, bescheiden in ihren eigenen

Jonathan Radetz, Inhaber, Studio Jonathan Radetz: „Die Zukunft des öffentlichen Stadtraums ist zentrales Element bei vielen Projekten und Events der World Design Capital.“

vier Wänden zu leben und einen kleinen Garten für die Selbstversorgung zu bewirtschaften. Heute geht es aber weniger um sozialen Wohnungsbau, sondern um bezahlbaren Wohnraum in Ballungsräumen. Ich denke Möblierung in einem ähnlich radikalen Ansatz wie die Designer damals, stelle dabei aber nicht nur den sozialen Aspekt, sondern auch die Wohnqualität in den Fokus.

Inwieweit haben Sie das Design des damaligen Wohnmobiliars, das von Franz Schuster und Ferdinand Kramer für das Neue Frankfurt entworfen wurde, weitergedacht?

Es war kaum möglich, ganzheitlich auf den Möbelbestand von damals zu blicken, da nur wenige historische Fotos von den Innenräumen in den Häusern des Neuen Frankfurts existieren. Die minimalistischen Möbel waren für viele Menschen in der damaligen Zeit vermutlich gewöhnungsbedürftig. Bestimmt werden sich einige auch nicht so eingerichtet haben, wie sich die Pläne das idealerweise vorgestellt haben. Auch in der Gegenwart muss Raumge-

staltung und Möblierung neu gedacht werden. Für ein typisiertes Wohnzimmer haben wir beispielsweise ein tragfähiges Schienensystem entwickelt, mit dem alles an die Wand gehängt wird. Der Boden bleibt frei, dadurch wirken die Räume großzügiger, und kleine Grundrisse gewinnen an Grundqualität. Zudem erleichtert das Schienensystem den Ortswechsel. In meiner Vision ziehe ich in eine neue Wohnung um und kann meine Möbel einfach an ein bestehendes System an die Wand hängen.

Neulich wurde ein Probewohnen im Designlabor des Mayhauses an Bürger verlost. Welche Idee stand dahinter?

Für das Probewohnen war das Museum zeitweise geschlossen. Ich selber habe auch eine Nacht dort verbracht und kann bestätigen, dass die Grundqualität des Hauses und der Römerstadt schon an sich sehr hoch ist. Uns ging es bei dem Projekt aber nicht darum, das Mayhaus neu einzurichten. Wir wollten die Prototypen ausprobieren und herausfinden, ob sich die Ansätze auf andere Wohnsituationen übertragen lassen und den Bedürf-

nissen der Menschen von heute gerecht werden. Gleichzeitig wollten wir die Botschaft vermitteln, dass nicht immer die größte Wohnung auch die schönste ist.

Die Ausstellung „New Neues Frankfurt – Musterhaus für eine bessere Zukunft“ ist noch bis zum 5. Juli zu sehen. Was soll nachwirken?

Meine Wunschvorstellung wäre es, dass der Prototyp des neuen Wohnzimmers so viel Anklang findet, dass dieses Projekt in ein Forschungsprojekt einmündet. Dass ein halbes Dutzend namhafter Möbelhersteller im hochwertigen Segment das Konzept weiterdenken und vielleicht eine Wohnungsbaugesellschaft das Konzept in einer Art Forschungslabor unter wissenschaftlicher Begleitung erprobt. Und schlussendlich können daraus auch wieder neue Geschäftsmodelle entstehen.

Wo wird das Motto der World Design Capital FrankfurtRheinMain „Design for Democracy. Atmospheres for a better live“ in Ihren Projekten ganz konkret erlebbar?

DREI FRAGEN AN

Foto: André Stephan



Prof. Astrid Wuttke, Vorsitzende, Ernst-May-Gesellschaft, Frankfurt, über das städtebauliche Reformprogramm „Neues Frankfurt“ und seine Verbindungen zur World Design Capital im Jahr 2026

Frau Professor Wuttke, welche Bedeutung hat das Neue Frankfurt für die Positionierung als Weltde-signhauptstadt?

Eine sehr zentrale, es ist ein umfassendes Designprojekt. Konsequenterweise wurde hier zukunftsorientierte Gestaltung umgesetzt, die Siedlungs- und öffentliche Bauten, kommunale Fürsorge, Verwaltungsprozesse bis zu Grafik und Design von Alltagsprodukten umfasste. Frankfurt war also schon vor 100 Jahren Weltde-signhauptstadt.

Warum sind die Ideen des Neuen Frankfurt noch genauso aktuell wie vor 100 Jahren?

Die Fragestellungen zu bezahlbarem Wohnraum, gesellschaftlichen Veränderungen, neuen Formen des Zusammenlebens und sozialer Gerechtigkeit sind nahezu identisch. Die damalige Bereitschaft, alles zu hinterfragen, um neue Lösungen zu finden, ist vorbildlich.

In einem temporären Designlabor im Mayhaus werden die Wohnideen des Neuen Frankfurt in die Gegenwart übertragen. Was ist das Spannende daran?

Es zeigt, dass wir auf aktuelle, sehr ähnliche Fragestellungen passende heutige Antworten finden und eine Zukunft für alle gestalten können. Wir müssen einfach nur anfangen.

Die Fragen stellte Petra Menke, IHK Frankfurt.



Reihenwohnhäuser in der Frankfurter Römerstadt, die von Architekt und Stadtplaner Ernst May entworfen wurde.

Im Mayhaus haben wir nicht hinter verschlossenen Türen gearbeitet, sondern zum Mitdenken und Mitwirken eingeladen. Gestaltung erlebbar zu machen ist deutlich komplexer, als ein fertiges Ergebnis zu präsentieren. Aber genau darin liegt die besondere Qualität. Auch unser Projekt „Fritten für Frankfurt“, bei dem Stadtmöbel als Begegnungsorte für den öffentlichen Raum von den Bürgerinnen und Bürgern gemeinsam gebaut werden, ist ein ganz klassisches Beteiligungsformat. Hier geht es darum, Design Bubbles zu verlassen, demokratische Prozesse anzustoßen und zusammen an etwas zu arbeiten, was sich nach Gemeinschaft anfühlt. Es geht um ein besseres Leben für alle.

Die Zukunft des öffentlichen Stadtraums ist ein zentrales Element Ihrer Projekte. Gibt es in Frankfurt in dieser Hinsicht noch Nachholbedarf oder ist die Mainmetropole hier schon auf einem guten Weg?

Im Großen und Ganzen geht es darum, gemeinsam ein Zukunftsbild zu entwerfen. Dies gelingt nicht durch einen großen, von oben übergestülpten Masterplan, sondern nur durch einen demokratisch gestalteten Beteiligungs- und Verhandlungsprozess, der möglichst viele Menschen der heterogenen Stadtgesellschaft miteinbezieht. Frankfurter ist schon mitten in diesem Prozess. Die Zu-

kunft des öffentlichen Stadtraums wird intensiv diskutiert und ist auch zentrales Element bei vielen Projekten und Events der World Design Capital. Ich kann nur dazu einladen, mitzumachen und die vielen Möglichkeitsräume des Themenjahrs zu nutzen. Es wäre wünschenswert, wenn die Projekte und Events dazu beitragen, dass die Metropolregion nach diesem Jahr ein Stück weit agiler und anpassungsfähiger wird für all das, was in der Zukunft vielleicht kommt.

Was ist Ihr persönliches Highlight im World-Design-Capital-Jahr in FrankfurtRheinMain?

Für mich ist diese Frage schwer zu beantworten, weil ich am Geschehen so nah dran bin. Aber ein persönliches Highlight wäre es, wenn eine erste Zwischennutzung des Kulturcampus in der ehemaligen Kunstbibliothek mit Unterstützung des New European Bauhaus im Rahmen der World Design Capital möglich gemacht würde. Außerdem freue ich mich auf eines unserer weiteren WDC-Projekte. In der Ausstellung „A Step Ahead“ im Jubiläumsjahr der Mathildenhöhe präsentiert unser Designstudio die von der Sozialwissenschaftlerin Akpene Therése Gbogbo konzipierte inklusive Küche „WeKitchen“. Sie ist somit ein interessanter Anknüpfungspunkt an die Frankfurter Küche des Neuen Frankfurt.



Veranstaltungen

Im Kontext des Projektes „New Neues Frankfurt“ ist das Designlabor mit einer Ausstellung von Möbeln für kleine Grundrisse noch bis 5. Juli im Mayhaus zu sehen. <https://ernst-may-gesellschaft.de>

Aktuelle Termine und Workshops der Initiative „Fritten für Frankfurt“ können auf der WDC-Homepage abgerufen werden.

Das Jahresprogramm der World Design Capital FrankfurtRheinMain 2026 wird fortlaufend ergänzt. <https://wdc2026.org>



INTERVIEW



Petra Menke

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

Ulrich Caspar wird 70

Ein Gespräch mit Ulrich Caspar, Präsident der Industrie- und Handelskammer Frankfurt, über seine Motivation, sich an der Spitze einer der größten IHKs Deutschlands zu engagieren. Er feierte am 31. Mai seinen 70. Geburtstag.

Herr Caspar, was hat Sie all die Jahre motiviert, sich ehrenamtlich für die Wirtschaft und die Unternehmen einzusetzen?

Als Unternehmer trägt man nicht nur Verantwortung für das eigene Haus und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sondern auch für die Gesellschaft, in der dieses Unternehmen wirken darf. Dieser Gedanke hat mich seit meiner ersten Firmengründung 1981 begleitet. Die IHK ist für mich der Ort, an dem dieser Gedanke besonders wirksam wird: Hier bündeln sich die Stimmen der Unternehmerschaft zu einer gemeinsamen Position, hier entsteht aus vielen Einzelinteressen eine Haltung für die Region. Eine erfolgreiche Wirtschaft braucht Menschen, die bereit sind, über das eigene Geschäft hinauszudenken. Diese Überzeugung trägt mich bis heute.

Welche wirtschaftlichen Entwicklungen bereiten Ihnen aktuell die größten Sorgen?

Am meisten Sorge bereitet mir die Kombination aus zunehmender Überregulierung, einem schwächelnden Wachstum und einer gesellschaftlichen Stimmung, die unternehmerisches Risiko zu oft misstrauisch betrachtet. Deutschland entgehen nach Studien des ifo-Instituts jährlich bis zu 146 Milliarden Euro an Wirtschaftsleistung aufgrund überbordender Bürokratie. Das ist kein Randthema, sondern eine zentrale Frage unserer Zukunftsfähigkeit. Hinzu kommt der Fachkräftemangel, der mittlerweile in fast jeder Branche spürbar ist, und eine geopolitische Lage, die Planungssicherheit zur knappen Ressource gemacht hat. Wir brauchen wieder mehr Freiheit in Eigenverantwortung, weniger Vollkas-



Ulrich Caspar, Präsident, IHK Frankfurt: „FrankfurtRheinMain hat alle Voraussetzungen, in Europa eine führende Rolle zu spielen. Es ist die Wirtschaftsmetropole im Herzen von Europa.“

ko-Mentalität und den Mut, Politik konsequent auf Wachstum auszurichten.

Welche Rolle spielt Innovation für die Wirtschaft?

Innovation ist die Voraussetzung dafür, dass unsere Wirtschaft auch morgen noch international konkurrenzfähig ist. Das gilt für das Industrieunternehmen genauso wie für den Einzelhändler und das Familienhotel. Besonders deutlich wird das bei der künstlichen Intelligenz: Im IHK-Bezirk Frankfurt setzen bereits 45 Prozent der Unternehmen KI ein, damit liegen wir über dem Bundesdurchschnitt. Das zeigt, dass unsere Region

21. Jahrhundert funktioniert. Wir sollten unsere Frankfurter Zurückhaltung dabei überwinden und selbstbewusster in die Welt tragen, wie gut es eigentlich ist, hier zu leben und zu wirtschaften.

Gibt es ein Ereignis in Ihrer bisherigen Amtszeit, auf das Sie besonders stolz sind?

Ich freue mich über das, was wir als Wirtschaftsorganisation gemeinsam erreichen konnten. Wir werden in unserem Kammerbezirk wieder stärker als die Kraft der Wirtschaft wahrgenommen und auch in der Landes- und Kommunalpolitik wird die Bedeutung der

„Wir brauchen den Mut, Politik konsequent auf Wachstum auszurichten“

aufgeschlossen ist. Entscheidend ist nun, dass Politik die Rahmenbedingungen schafft, unter denen aus Ideen tragfähige Geschäftsmodelle werden können: verlässliche Regulierung, leistungsfähige digitale Infrastruktur und eine digital modernisierte Verwaltung, die Innovation ermöglicht, statt sie zu verwalten.

Inwiefern könnte unsere Wirtschaftsregion künftig aufholen oder führen?

FrankfurtRheinMain hat alle Voraussetzungen, in Europa eine führende Rolle zu spielen. Es ist die Wirtschaftsmetropole im Herzen von Europa. Als Finanzplatz mit dem Sitz der Europäischen Zentralbank, als international vernetzte Messe- und Logistikregion stehen wir auf einem starken Fundament. Unsere besondere Stärke ist die Internationalität: Hier arbeiten Menschen aus aller Welt, hier sind fast alle großen Banken aus den USA oder China ansässig, hier treffen amerikanische, europäische und asiatische Unternehmen zusammen. Wenn es uns gelingt, diese Vielfalt mit Entschlossenheit bei Infrastruktur, Wohnraum und Gewerbeflächen zu verbinden, kann unsere Region zum Maßstab dafür werden, wie Wirtschaft im

Wirtschaft als Grundlage für die Aufgaben der öffentlichen Hand wieder mehr gesehen. So hat auch unsere Kampagne „Mehr Wirtschaft wagen“ zur Kommunalwahl 2026 gezeigt, dass sich die regionale Wirtschaft mit einer gemeinsamen Stimme Gehör verschaffen kann. Mir war auch wichtig, dass unser IHK-Gebäude am Börsenplatz bis Ende 2026 klimaneutral sein soll. Das ist ein sichtbares Signal: Wir fordern nicht nur, wir handeln selbst.

Welchen Rat geben Sie jungen Unternehmerinnen und Unternehmern?

Verantwortung zu übernehmen lohnt sich: Für die Menschen, die man beschäftigt, und für die Gesellschaft, die davon lebt, dass Menschen etwas unternehmen, und damit auch für einen selbst und für das eigene Unternehmen. Wer gründet, geht ein Risiko ein, das Respekt verdient. Mein Rat: Bleiben Sie beharrlich, auch wenn der Gegenwind stärker weht, als es sein müsste. Suchen Sie das Gespräch, mit Kolleginnen und Kollegen, mit Ihrer IHK, mit der Politik. Und verlieren Sie die Freude am Unternehmertum nicht. Sie ist eine der wichtigsten Ressourcen, über die eine freie Wirtschaft verfügt.



INTERVIEW



Patricia C. Borna

Geschäftsführerin, Unternehmenskommunikation, IHK Frankfurt
wirtschaftsforum@frankfurt-main.ihk.de

WIRTSCHAFTSPOLITIK

IHK-Ehrenplakette für Dr. Bettina Orlopp



Foto: Jochen Müller

Die IHK Frankfurt hat im Rahmen ihrer jüngsten Vollversammlung Dr. Bettina Orlopp, Vorstandsvorsitzende, Commerzbank, mit der IHK-Ehrenplakette ausgezeichnet. Mit der höchsten Auszeichnung würdigt die IHK Frankfurt ihre herausragenden Verdienste um den Finanzplatz Frankfurt sowie ihr persönliches Engagement für die Förderung des Wirtschaftsstandortes. In einer anspruchsvollen Phase der europäischen Bankengeschichte habe Orlopp klare Führungsstärke bewiesen und nachhaltige Impulse für die Stabilität und Wettbewerbsfähigkeit des Finanzsektors sowie die Positionierung Frankfurts als führendem europäischen Bankenstandort gesetzt, sagte IHK-Präsident Ulrich Caspar. „Ein starker Finanzplatz braucht solch starke Persönlichkeiten.“


STANDORTPOLITIK

HIHK fordert zügigen Ausbau der A5



Foto: picture alliance / imageBroker, Arnulf Hettrich

Der HIHK spricht sich für einen bedarfsgerechten Ausbau der A5 zwischen Frankfurter Kreuz und Anschlussstelle Friedberg von acht auf zehn Fahrspuren aus. Die von der Autobahn-Gesellschaft des Bundes in Auftrag ge-

gebene Machbarkeitsstudie bestätigt aus Sicht der Wirtschaft den hohen Handlungsbedarf: Die A5 zählt zu den am stärksten belasteten Autobahnabschnitten Deutschlands. „Sie ist die Schlagader unseres Wirtschaftsraums“, sagt Ulrich Caspar, HIHK-Vizepräsident. „Eine chronische Überlastung führt zu Produktivitätsverlusten, höheren Transportkosten und nicht zuletzt einer sinkenden Standortattraktivität.“ www.hihk.de  A5

EHRENAMT



Helmut Christmann

Am 14. Mai feierte Helmut Christmann seinen 75. Geburtstag. 1975 gründete er das Unternehmen Helmut Christmann Immobilien, das heute in zweiter Generation von Jörg Christmann geführt wird und auf Neubau-Immobilien, auch zur Kapitalanlage, spezialisiert ist. Ehrenamtlich engagiert er sich als Vorstandsvorsitzender der Frankfurter Immobilienbörse, im Ausschuss Bau- und Immobilienwirtschaft sowie in der Vollversammlung der IHK Frankfurt.



Uwe Eilers

Am 16. März feierte Uwe Eilers, Gründer und Vorstand, FV Frankfurter Vermögen, seinen 60. Geburtstag. Er war viele Jahre in internationalen Investmentbanken tätig. Im Jahr 2017 gründete er die FV Frankfurter Vermögen Aktiengesellschaft, die Privat- und Unternehmerkunden in der Vermögensanlage berät. Darüber hinaus engagiert er sich ehrenamtlich als Mitglied im Ausschuss Kleine und Mittlere Unternehmen der IHK Frankfurt.



Friedrich W. Oldenburg

Am 10. März feierte Friedrich W. Oldenburg, Inhaber, FWO-Travel und Dream Cruises, Glas- hütten, seinen 80. Geburtstag. Der Reederei- kaufmann befuhr zunächst als Zahlmeister auf Passagierschiffen der Norddeutschen Lloyd (heute Hapag Lloyd) die sieben Weltmeere. Nach Stationen bei Lufthansa, American Airlines und United Airlines gründete er 2003 sein eigenes Unternehmen. Seit 1995 ist er Mitglied im IHK-Tourismusausschuss.



Ingo Winter

Am 11. Mai ist Ingo Winter, Schulleiter der Feldbergschule, Oberursel, 60 Jahre alt geworden. Der Diplom-Handelslehrer war an verschiedenen kaufmännischen Berufsschulen in Frankfurt im Einsatz. Von 2004 bis 2012 war er an der Deutschen Schule Villa Ballester in Buenos Aires, von 2016 bis 2022 in Madrid als Leiter der Fedas, der deutschen Auslandsberufsschule, tätig. Er ist seit 2024 Mitglied im Berufsbildungsausschuss der IHK Frankfurt.

AUSBILDUNG

IHK-Bestenehrung: 77-mal Spitzenleistung

Der Fachkräftemangel zählt weiterhin zu den größten Herausforderungen für die hessische Wirtschaft. Umso erfreulicher sind die Perspektiven für die rund 1 650 jungen Menschen, die im Rahmen der Winterprüfung 2025/26 ihre Berufsausbildung in einem IHK-Beruf erfolgreich abgeschlossen haben. 77 von ihnen erzielten dabei herausragende Ergebnisse; sie wurden im Rahmen der Bestenehrung von der IHK Frankfurt ausgezeichnet. „Wir brauchen junge, engagierte und leistungsbereite junge Menschen, um Innovationen voranzubringen, Unternehmen erfolgreich weiterzuentwickeln und den Wirtschaftsstandort weiterhin auf den Spitzenplätzen in Europa zu halten“, betonte IHK-Vizepräsident Klaus-Stefan Ruoff bei der Urkundenübergabe. www.hihk.de

Foto: Jochen Müller



Kauffrauen für Büromanagement mit ihren Ehrenurkunden.

STARTHILFE

Frankfurter Gründerpreis: jetzt bewerben

Der Frankfurter Gründerpreis geht in die nächste Runde. Junge Unternehmen mit Sitz in Frankfurt können sich noch bis einschließlich 12. Juli bewerben. Der Gründerpreis wird in drei Kategorien vergeben: Local Founder (Gründung mit starker lokaler Verankerung und regionaler Strahlkraft), Innovation Founder (technologische oder marktbezogene Neuerungen) sowie Impact Founder (Geschäftsmodell mit gesellschaftlichem Nutzen oder relevanten Zukunftslösungen). Die IHK Frankfurt unterstützt als Partner den Frankfurter Gründerpreis.

www.frankfurter-gruenderpreis.de



IHK-VERANSTALTUNGSKALENDER

Azubi-Speed-Dating

Dienstag, 9. Juni,
9 bis 14 Uhr, IHK Frankfurt

Sinnvolle Tools für kleine Teams (Livestream)

Mittwoch, 10. Juni,
15 bis 16.30 Uhr

Wiesbadener Innovationsforum: Künstliche Intelligenz produktiv – von der Vision zur Wertschöpfung

Donnerstag, 11. Juni,
9 bis 15 Uhr

KI kann als Werkzeug wertvolles Wissen erschließen, Prozesse beschleunigen und dabei zur Umsetzung neuer Geschäftsideen, Produkte oder Services beitragen.

IHK-Sprechtage Unternehmensnachfolge

Mittwoch, 17. Juni,
9 bis 15 Uhr, IHK Frankfurt

Tag der Metropolregion – Perspektiven für die Zukunftsregion FrankfurtRhein-Main (mit Expertentalk „Wissen in Wert verwandeln“)

Dienstag, 23. Juni,
16 bis 18 Uhr, IHK Frankfurt

Lohnsteuer-Update 2026 (online)

Mittwoch, 24. Juni, 10 bis 12 Uhr

KI-Online-Marketing-Tag 2026: Weniger Aufwand. Mehr Wirkung im Marketing.

Mittwoch, 24. Juni,
14 bis 18 Uhr, IHK Frankfurt

Grundlagen der Existenzgründung

Mittwoch, 5. August,
8.30 bis 15.30 Uhr, IHK Frankfurt

Azubi-Challenge: Recruiting neu erleben

Donnerstag, 3. September,
8.30 bis 15.30 Uhr, IHK Frankfurt



Weitere Infos sowie eine komplette Veranstaltungsübersicht finden Sie unter www.frankfurt-main.ihk.de/veranstaltungen. Die Teilnahme ist teilweise gebührenpflichtig. Sofern nicht anders angegeben, finden die Veranstaltungen in der IHK Frankfurt statt.

WIRTSCHAFTSPOLITIK

DIHK-Umweltbarometer veröffentlicht

Untersucht wurden für das Umweltbarometer der DIHK die Auswirkungen von Umweltregulierungen auf Unternehmen. Das Ergebnis macht deutlich: Umweltschutz ist im Unternehmensalltag angekommen – entscheidend ist jedoch, wie praktikabel die Vorgaben ausgestaltet sind. Der dafür mit Abstand wichtigste Hebel aus Sicht der Unternehmen ist der Abbau unnötiger Bürokratie. Eine große Mehrheit fordert klare, verlässliche und möglichst einheitliche Regeln, insbesondere auf EU-Ebene.



Mehr Transparenz für Kunden

Die Europäische Union verschärft einmal mehr den Verbraucherschutz. Unternehmen sind deshalb gut beraten, ihre Produktangaben schon jetzt zu überprüfen, um Abmahnungen zu vermeiden.

Ab dem 27. September müssen Unternehmen, insbesondere Betreiber von Onlineshops und Marktplatzhändler, den Kunden bei vielen Angeboten mehr Informationen liefern als bisher. Das gilt überall dort, wo vor Vertragsschluss Verbraucherinformationen zu erteilen sind. Das schließt den stationären Handel ein: Die Pflichtinformationen müssen in geeigneter Form an der Verkaufsstelle sichtbar sein. Es geht um Gewährleistung, Haltbarkeit, Updates und Reparatur – also um Punkte, die Kunden oft erst beschäftigen, wenn etwas nicht mehr funktioniert.

Harmonisierte Kennzeichnung

Künftig sind einheitliche und leicht verständliche Informationen zum gesetzlichen Gewährleistungsrecht erforderlich. Verbraucher sollen erkennen, dass es gesetzliche Mängelrechte gibt und diese grundsätzlich zwei Jahre gelten. Die Pflichtinformation muss „in hervorgehobener Weise“ im EU-weit harmonisierten, verbindlichen Format bereitgestellt werden. Hinweise dürfen nicht in langen Rechtstexten untergehen, sondern müssen leicht wahrnehmbar direkt beim Angebot platziert sein.



IHK ONLINE

Weitere Infos zum Thema finden Sie auf der IHK-Internetseite:



Foto: mauritius images / Olga Yastremka, Alamy Stock Photos

Wer viele Produktkategorien vertreibt, sollte prüfen, wie sich die Information in Produktseiten, Preisboxen und den Warenkorb integrieren lässt und wie sie in Datenfeeds an Marktplätze mitgegeben wird. Zudem ist zu klären, welche Pflichtinformationen im Checkout unmittelbar vor der Bestellung erscheinen müssen, etwa auf der letzten Bestellseite vor dem Button „Zahlungspflichtig bestellen“.

Gewährleistung und Garantie

Gibt ein Hersteller eine kostenlose Haltbarkeitsgarantie über zwei Jahre hinaus, müssen Händler darüber informieren, wenn ihnen die nötigen Angaben vorliegen. Begleitend ist klarzustellen, dass gesetzliche Gewährleistungsrechte unabhängig von der Garantie bestehen. Auch diese Information ist im EU-weit vorgegebenen Format mit Angabe der Garantiedauer darzustellen. Unternehmen, die mit „langer Haltbarkeit“ werben, sollten Garantiedauer und Bedingungen in der Werbung, auf der Produktdetailseite und

in allen Verkaufskanälen konsistent und korrekt kommunizieren, damit keine Widersprüche entstehen. In den Lieferbedingungen müssen darüber hinaus künftig umweltfreundliche Lieferoptionen aufgeführt werden, sofern sie angeboten werden.

Für Waren mit digitalen Elementen sowie für digitale Inhalte und digitale Dienstleistungen gibt es bereits seit 2022 Update-Pflichten mit dazugehörigen Informationen. Als weitere Pflichtangabe kommt hinzu, für welche Mindestdauer – als Zeitraum oder konkretes Datum – der Hersteller oder Anbieter die Softwareaktualisierungen bereitstellt. Gemeint sind Updates, die erforderlich sind, damit das Produkt oder die digitale Leistung vertragsgemäß bleibt. Voraussetzung ist, dass Hersteller oder Anbieter diese Information zur Verfügung stellen. Für Händler bedeutet dies vor allem Datenmanagement, denn Update-Zeiträume können sich über den Produktlebenszyklus ändern. Ohne klare Prozesse zur Datenpflege drohen schnell veraltete Angaben.

Überblick

- **Gewährleistung:** Die gesetzliche Gewährleistung muss gut sichtbar beim Angebot angegeben werden.
- **Garantie:** Bei kostenlosen Haltbarkeitsgarantien von mehr als zwei Jahren sind klare Angaben zur Dauer und zu den Bedingungen nötig.
- **Updates und Reparatur:** Je nach Produkt müssen Infos zu Softwareupdates, Reparatur (mit Anleitungen) und Ersatzteilen bereitgestellt werden.

Rechtssicherheit schaffen

Schließlich gewinnt die Möglichkeit der Reparatur an Bedeutung. Je nach Produktkategorie können Angaben zu einem Reparierbarkeitswert nach EU-Vorgaben erforderlich sein. Einen harmonisierten Wert gibt es bereits bei Smartphones und bestimmten Tablets. Seit dem 20. Juni vergangenen Jahres wird auf dem EU-Energielabel eine Reparierbarkeitsklasse von A bis E ausgewiesen. Die EU prüft,

solche Scores künftig auch für weitere Produktgruppen einzuführen. Gibt es keinen Reparierbarkeitswert, können stattdessen – sofern vom Hersteller bereitgestellt – Angaben zur Verfügbarkeit, zu Kosten und zum Bestellprozess von Ersatzteilen nötig sein, ebenso zur Verfügbarkeit von Reparatur- und Wartungsanleitungen sowie zu Reparatursbeschränkungen.

Händler sollten früh klären, welche Daten Hersteller und Lieferanten bereit-

stellen und entsprechende Pflichten in Einkaufsbedingungen verankern. Eine frühe Sortimentsprüfung, klare Lieferantspflichten und eine technisch saubere Umsetzung über alle Kanäle schaffen Rechtssicherheit. Transparente Angaben können Kaufentscheidungen beeinflussen.



DIE AUTORIN



Frauke Hennig

Stellvertretende Leiterin, Recht und Steuern, IHK Frankfurt

f.hennig@frankfurt-main.ihk.de

STEUERFÄLLIGKEITEN


Staatssteuern

Umsatzsteuer-/Mehrwertsteuer-Vorauszahlungen

Umsatzsteuer-/Mehrwertsteuer-Vorauszahlungen der Monatszahler werden am 10. Juni für den Monat Mai 2026 und am 10. Juli für den Monat Juni 2026 fällig. Monatszahler ist jeder Unternehmer, dessen Umsatzsteuer im Kalenderjahr 2025 mehr als 9 000 Euro betragen hat.

Umsatzsteuer-/Mehrwertsteuer-Vorauszahlungen für das zweite Quartal 2026 der Vierteljahreszahler werden am 10. Juli fällig, wenn die Umsatzsteuer im Kalenderjahr 2025 nicht mehr als 9 000 Euro betragen hat. Hat die Umsatzsteuer im Kalenderjahr 2025 nicht mehr als 2 000 Euro betragen, kann das Finanzamt den Unternehmer von der Verpflichtung zur Abgabe der Vorausmeldungen und Entrichtung der Vorauszahlungen befreien.

Sonderregelung für Existenzgründer

Für Existenzgründer gilt eine bis 31. Dezember 2026 befristete Sonderregelung. Umsatzsteuer-Voranmeldungen sind in den ersten beiden Jahren nach Gründung grundsätzlich nur vierteljährlich abzugeben. Wenn die vom Existenzgründer für das Gründungsjahr geschätzte Umsatzsteuer allerdings mehr als 9 000 Euro beträgt, muss er seine Vorausmeldungen weiterhin monatlich abgeben. www.frankfurt-main.ihk.de  Buchführung und Steuern für Existenzgründer

Körperschaft- und Einkommensteuer

Vorauszahlungen auf die Körperschaftsteuer sowie die Einkommensteuer der Veranlagten (jeweils einschließlich Solidaritätszuschlag und gegebenenfalls Kirchensteuer) für das zweite Quartal 2026 werden am 10. Juni fällig.

Lohn- und Kirchensteuer

Fälligkeit am 10. Juni für im Mai 2026 und am 10. Juli für im Juni 2026 einbehaltene Lohn-/Kirchensteuer sowie einbehaltener Solidaritätszuschlag, wenn die für das Kalenderjahr 2025 abzuführende Lohnsteuer mehr als 5 000 Euro betragen hat.

Fälligkeit am 10. Juni für im zweiten Quartal 2026 einbehaltene Lohn- und Kirchensteuer sowie einbehaltenen Solidaritätszuschlag, wenn die für das Kalenderjahr 2025 abzuführende Lohnsteuer mehr als 1 080 Euro, aber nicht mehr als 5 000 Euro betragen hat.

Bauabzugsteuer

Fälligkeit am 10. Juni für im Mai 2026 und am 10. Juli für im Juni 2026 einbehaltene Bauabzugsteuer; Abführung an das für den beauftragten Bauunternehmer zuständige Finanzamt (Infos unter www.finanzamt.de).

IHK-Bildungszentrum

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

IHK-SEMINARE

Der Weg in die Selbstständigkeit – Präsenz 195 Euro
ab 9. Juni 2026 / 20 UE / 5-Abende-Seminar Telefon -14 15

Strategien zur Unternehmenssanierung 595 Euro
1./2. Juli 2026 / 16 UE / 2-Tages-Seminar Telefon -14 15

Projektmanagement, Grundlagen 595 Euro
1./2. Juli 2026 / 16 UE / 2-Tages-Seminar Telefon -1232

Die erfolgreiche GmbH-Geschäftsführung 945 Euro
ab 2. September 2026 / 20 UE / 5-Abende-Seminar Telefon -1295

Immobilien-Wertermittlung I 295 EUR
2. September 2026 / 8 UE / 1-Tages-Seminar Telefon -1299

WEG-Verwaltung – Grundlagen 595 EUR
8./9. September 2026 / 16 UE / 2-Tages-Seminar Telefon -1299

Arbeitsverträge – eine Einführung 295 EUR
9. September 2026 / 8 UE / 1-Tages-Seminar Telefon -1206

Arbeitsrecht kompakt I 595 Euro
28./29. September 2026 / 16 UE / 2-Tages-Seminar Telefon -1206

BERUFSBEGLEITENDE ZERTIFIKATSLEHRGÄNGE

Project Manager/-in (IHK) 1 645 Euro
ab 17. August 2026 / 64 UE / Vollzeit / 8 Tage Telefon -1232

Immobilienmakler/-in (IHK) 1 995 Euro
ab 3. September 2026 / 120 UE / ca. 6 Monate Telefon -1299

Grundlagen des Steuerrechts 765 Euro
ab 7. September 2026 / 58 UE / ca. 3 Monate Telefon -14 15

BERUFSBEGLEITENDE LEHRGÄNGE MIT IHK-PRÜFUNG

Geprüfte/-r Bilanzbuchhalter/-in 4 795 Euro
ab 18. August 2026 / ca. 820 UE / ca. 2 Jahre Telefon -1415

Ausbildung der Ausbilderinnen und Ausbilder
berufsbegleitend – Präsenz 695 Euro
ab 21. August 2026 / 80 UE Telefon -18 18

Geprüfte Wirtschaftsfachwirt/-in 3 695 Euro
ab 27. August 2026 / ca. 640 UE / ca. 18 Monate Telefon -1299

Grundzüge des Arbeitsrechts (online) 795 Euro
ab 1. September 2026 / 50 UE Telefon -1206

Grundlagen der Personalarbeit im Unternehmen 795 Euro
ab 7. September 2026 / 60 UE Telefon -1206

Geprüfte Personalfachkaufleute
inklusive AEVO-Vorbereitung 3 695 Euro
ab 24. September 2026 / ca. 450 UE / ca. 16 Monate Telefon -1295



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 abgerufen werden. Änderungen vorbehalten.



NEWSLETTER: JETZT ABONNIEREN!

www.frankfurt-main.ihk.de/newsletter



VERLAGS Thema

6/7
2026

Betriebliche Gesundheitsförderung

www.zarbock.de

Impressum: Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG, Sontraer Straße 6, 60386 Frankfurt am Main, Telefon 069/42 09 03-75
Die Textbeiträge in diesem Verlagsthema wurden von den werbenden Unternehmen verfasst.

Foto: Freepik

Mitarbeiter nachhaltig stärken

Sie möchten die Gesundheit Ihrer Mitarbeiter fördern und ein betriebliches Gesundheitsmanagement etablieren? Unser Kompetenzteam ist jederzeit gerne für Sie da und unterstützt Sie bei der Umsetzung.



Jetzt Ansprechpartner finden!
www.ikk-jobaktiv.de



IKK
Südwest | **JOBaktiv**
Gesund arbeiten



Heilsame Atmosphäre und individuelle Therapie in der Privatklinik Dr. Amelung in Königstein im Taunus.

Burnout erkennen, bevor es kritisch wird

Wer Verantwortung trägt, kennt den Druck. Entscheidungen müssen schnell getroffen werden, Erwartungen sind hoch und Pausen werden oft verschoben. Dauerhafte Überlastung bleibt jedoch nicht ohne Folgen. Sie kann in ein Burnout münden.

Aktuelle Schätzungen zeigen, dass ein erheblicher Teil der Berufstätigen regelmäßig unter starker Erschöpfung leidet. Die Weltgesundheitsorganisation hat Burnout als arbeitsbezogenes Syndrom eingeordnet. Typische Anzeichen sind anhaltende Müdigkeit, innere Leere, Konzentrationsprobleme oder eine wachsende Distanz zur eigenen Arbeit. „Entscheidend ist, Warnsignale ernst zu nehmen und nicht zu lange abzuwarten“, sagt Dr. med. Joerg Unger, Ärztlicher Direktor und Chefarzt der Privatklinik Dr. Amelung. Je früher eine Behandlung beginne, desto besser seien meist die Aussichten.

Gerade für Unternehmerinnen und Unternehmer ist die Schwelle, sich Unterstützung zu suchen, oft hoch. Häufig steht zunächst die Verantwortung für das Unternehmen im Vordergrund. Doch unbehandelt kann sich ein Burnout weiterentwickeln und weitere Erkrankungen nach sich ziehen.

In der Privatklinik Dr. Amelung in Königstein im Taunus wird Burnout als Zusammenspiel aus persönlichen und äußeren Faktoren verstanden. Christina Pieper, Leitende Psychotherapeutin der Klinik, beschreibt, dass Burnout aus dem Zusammenwirken verschiedener innerer und äußerer Einflüsse entsteht. Ziel ist es, Symptome zu lindern und Ursachen nachhaltig zu bearbeiten.

Ein zentraler Bestandteil ist die individuelle Therapieplanung. Zum Einsatz kommen Einzel und Gruppentherapien, spezialisierte Trainings sowie moderne Methoden wie die Transkranielle

Magnetstimulation. Dr. med. Christian Frischholz, Chefarzt der Klinik, erklärt, dass gerade die Kombination dieser Verfahren eine gezielte Behandlung ermöglicht. Entscheidend sei dabei die individuelle Anpassung.

Was die Behandlung besonders macht, ist der Rahmen, in dem sie stattfindet. Die Privatklinik Dr. Amelung versteht sich als Ort, an dem Menschen in psychischen Krisen wieder Halt finden. Grundlage dafür sind tragfähige therapeutische Beziehungen. Diese Verbindung aus medizinischer Kompetenz, persönlicher Zuwendung und einer ruhigen Umgebung schafft die Basis für nachhaltige Stabilisierung.

Weitere Informationen zur Burnout Therapie finden Sie unter: www.klinik-amelung.de/burnout-therapie/

Einen vertiefenden Einblick bietet der FOCUS Gesundheit Podcast „Auf Herz und Nieren“. In Folge 101 sprechen die Chefarzte Dr. Joerg Unger und Dr. Christian Frischholz gemeinsam mit Christina Pieper über Ursachen und Behandlung.



Privatklinik Dr. Amelung

Klinik für Psychiatrie, Psychosomatik & Psychotherapie

Altkönigstraße 16
61462 Königstein im Taunus
Telefon: 06174/298-0
info@klinik-amelung.de
www.klinik-amelung.de

Firmenfitness

Wie Betriebe den Krankenstand deutlich senken

Der Verband forschender Arzneimittelhersteller schlug Alarm: „Seit vier Jahren ist der Krankenstand in Deutschland auf einem weit überdurchschnittlichen Niveau mit erheblichen wirtschaftlichen Konsequenzen“, schrieben die Experten Anfang des Jahres – und bezifferten die Kosten für die Wirtschaft mit bis zu 160 Milliarden Euro.

Was diese Zahlen konkret im betrieblichen Alltag bedeuten, kennt so gut wie jedes Unternehmen aus der Praxis. Hohe Ausfallzeiten sind nicht nur ein Kostenfaktor, sondern erhöhen auch den Stress für die verbliebenen Mitarbeiter – und damit das Risiko, ebenfalls krank zu werden. Eine Teufelsspirale.

Betriebe sind deshalb gut beraten, wenn sie ihren Beschäftigten aktiv Angebote zur Prävention machen. Besonders geeignet sind in diesem Zusammenhang gezielte Sport- und Bewegungsprogramme, wie sie etwa die ELEMENTS FITNESS GmbH anbietet. Dabei geht es um attraktive Firmenfitness-Pakete, mit denen Mitarbeitende zu mehr Bewegung animiert wer-

den. Das sichert Leistungsfähigkeit und Belastbarkeit, wertet das Unternehmensimage auf und verringert die Zahl von Krankheitstagen. „Regelmäßiges Fitnessstraining reduziert körperliche Beschwerden um 58 Prozent“, so die ELEMENTS-Experten. Auch Unterstützung von Firmenevents wie etwa Gesundheitstagen ist möglich. Weitere Informationen unter www.elements.com.



Foto: Freepik

Firmengesundheit

Firmengesundheit wird für Unternehmen zunehmend strategisch relevant

Steigende Krankheitsausfälle, mentale Belastungen und der anhaltende Fachkräftemangel verändern die Anforderungen an moderne Unternehmen spürbar. Gesundheitsangebote gelten deshalb zunehmend nicht mehr als Zusatzleistung, sondern als wichtiger Faktor für Mitarbeiterbindung, Leistungsfähigkeit und Arbeitgeberattraktivität.

Auch in Frankfurt beobachten Gesundheitsanbieter wie MAIN MEDIC · ALL eine steigende Nachfrage nach modernen Mitarbeiter-Check-ups und individuellen Gesundheitskonzepten für Unternehmen. Firmengesundheit entwickelt sich damit immer stärker zu einem wirtschaftlichen Wettbewerbsfaktor. www.mainmedicall.de



Im Fokus stehen dabei vor allem präventive Konzepte, die gesundheitliche Risiken frühzeitig erkennen und Mitarbeitende langfristig unterstützen sollen. Neben klassischen Vorsorgeuntersuchungen gewinnen interdisziplinäre Ansätze aus Prävention, Bewegung, Stressmedizin und Ernährungsmedizin zunehmend an Bedeutung.

MAIN MEDIC · ALL
FRANKFURT WESTEND
CORPORATE HEALTH & PRÄVENTIONSMEDIZIN

Kontakt: MAIN MEDIC · ALL

Telefon 0 69 75 666 999-0
E-Mail info@mainmedicall.de
www.mainmedicall.de

Fitte Mitarbeiter, starke Unternehmen

Wie Gesundheitsförderung für Betriebe zum Erfolgsfaktor wird

Fehlzeiten steigen, Fachkräfte fehlen: Warum betriebliche Gesundheitsförderung gerade für kleine und mittlere Unternehmen heute wichtiger ist denn je – und wie der Einstieg gelingt.

Für viele Unternehmen ist Gesundheit längst kein „weiches“ Personalthema mehr, sondern ein handfester Wettbewerbsfaktor. Besonders kleine und mittlere Unternehmen stehen dabei vor einer Herausforderung: Sie verfügen meist nicht über große Personalabteilungen oder eigene Gesundheitsmanager, müssen aber gleichzeitig attraktiv für Fachkräfte bleiben. Genau hier setzt die betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) an.

Foto: Freepik



Unter betrieblicher Gesundheitsförderung versteht man alle Maßnahmen eines Unternehmens, die Gesundheit, Motivation und Leistungsfähigkeit der Beschäftigten stärken. Sie ergänzt den gesetzlichen Arbeitsschutz und das betriebliche Eingliederungsmanagement. Anders als Sicherheitsvorschriften ist die BGF zwar freiwillig. Viele Betriebe erkennen inzwischen jedoch ihren wirtschaftlichen Nutzen. Denn der Handlungsdruck wächst. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes waren Beschäftigte in Deutschland 2024 durchschnittlich 14,8 Arbeitstage krankgemeldet. Drei Jahre zuvor waren es noch 3,6 Tage weniger. Die Techniker Krankenkasse (TK) meldete für ihre versicherten Erwerbstätigen zuletzt sogar durchschnittlich 18,6 Fehltage (Stand: 2025). Besonders häufig verursachen psychische Belastungen sowie Erkrankungen des Muskel-Skelett-Systems lange Ausfallzeiten.

Der Obstkorb in der Büroküche reicht heute nicht mehr. Um dem entgegenzuwirken etablieren Betriebe heute differenziertere Angebote als den klassischen Rückenkurs oder den Obstkorb in der Büroküche. Moderne Gesundheitsförderung umfasst Themen wie mentale Gesundheit, Führungskultur, ergonomische Arbeitsplätze, flexible Arbeitszeiten oder digitale Gesundheitsangebote.

Für kleine Betriebe kann bereits ein einfacher Einstieg große Wirkung entfalten. Dazu gehören beispielsweise regelmäßige Bewegungsangebote, gesunde Verpflegung im Betrieb, Workshops zum Stressmanagement oder ergonomische Verbesserungen an Bildschirmarbeitsplätzen. Viele Krankenkassen unterstützen Unternehmen dabei finanziell und organisatorisch. Nach dem Präventionsgesetz fördern gesetzliche Krankenkassen ausdrücklich Maßnahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung.

Führungskräfte spielen eine entscheidende Rolle. Besonders wichtig ist die Rolle der Führungskräfte. Beschäftigte erleben sehr genau, ob Gesundheitsförderung ernst gemeint ist oder lediglich als Imageprojekt dient. Permanente Erreichbarkeit, unrealistische Deadlines oder Überstundenkultur lassen sich nicht mit Yoga-Kursen kompensieren. In vielen Unternehmen rückt deshalb das Thema „gesunde Führung“ stärker in den Fokus.

Laut der TK-Arbeitgeberstudie „#whatsnext BGM 2025“ gehören Angebote zur gesunden Führung inzwischen zu den beliebtesten Maßnahmen der Gesundheitsförderung. Denn psychische Belastungen spielen eine immer größere Rolle. Die „Initiative Gesundheit und Arbeit“ weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass psychische Störungen inzwischen zu den wichtigsten Ursachen für Fehlzeiten zählen. Entsprechend investieren viele Unternehmen verstärkt in Resilienz-Trainings, Coaching-Angebote oder vertrauliche Beratungsangebote für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Wichtigster Erfolgsfaktor: Kontinuität

Dabei profitieren KMU oft von einem Vorteil gegenüber Großkonzernen: von kurzen Entscheidungswegen und einer persönlicheren Unternehmenskultur. Veränderungen lassen sich häufig schneller umsetzen, Teams kommunizieren direkter, und Beschäftigte fühlen sich stärker eingebunden. Gerade in inhabergeführten Unternehmen kann Gesundheitsförderung deshalb relativ einfach umgesetzt und Teil der Unternehmenskultur werden.

Entscheidend ist allerdings Kontinuität. Ein einzelner Gesundheitstag pro Jahr reicht kaum aus, um Fehlzeiten nachhaltig zu senken oder Motivation langfristig zu stärken. Erfolgreiche Unternehmen integrieren Gesundheitsförderung stattdessen dauerhaft in ihre Prozesse: vom Onboarding neuer Mitarbeitender bis zur Gestaltung von Arbeitszeiten und Führungsstrukturen. Für KMU bedeutet das vor allem: klein anfangen, Beschäftigte einbeziehen und Maßnahmen konsequent am betrieblichen Alltag ausrichten. Denn Gesundheitsförderung ist heute kein Luxus mehr, sondern ein wichtiger Baustein moderner Unternehmensführung.



Privatlinik Dr. Amelung

Klinik für Psychiatrie, Psychosomatik & Psychotherapie



Neue Kraft schöpfen in heilsamer Atmosphäre

Wir finden die richtige Therapie für Ihre Heilung.
Und Sie Ruhe und Entspannung.

klinik-amelung.de • Königstein im Taunus



Manager-Check-up

Drei-Tages-Check-up für Manager – mit BALNOVA in Bad Orb

Stress, Überstunden, lange Dienstreisen, hohes Arbeitstempo: Manager und andere Führungskräfte sind hohen Belastungen ausgesetzt. Damit steigt das Risiko, irgendwann ernsthaft zu erkranken und längere Zeit auszufallen – im schlimmsten Fall dauerhaft. Umso wichtiger ist eine gezielte und sorgfältige Vorsorge.

Inzwischen gibt es überall in Deutschland spezialisierte, medizinische Einrichtungen, die umfassende Vorsorgeuntersuchungen „in einem Rutsch“ anbieten. Dies kann entweder an einem oder – bei besonders umfangreichen Untersuchungen – an mehreren Tagen stattfinden.

Eines dieser Zentren liegt praktisch vor der Haustür: das Gesundheits- und Therapiezentrum BALNOVA in Bad Orb. Wer eine effektive Vorsorge wünscht, findet hier vollumfängliche Check-ups, die an drei aufeinanderfolgenden Tagen stattfinden. Sie umfassen sowohl internistische, kardiologische, bildgebende und physiotherapeutische Diagnostik sowie dermatologische und neurologische Untersuchungen. Darüber hinaus wird auch ein Mental Health Check angeboten. Untergebracht werden Teilnehmerinnen und Teilnehmer während der Dauer der Check-ups im stilvollen ALEA RESORT mit höchstem Komfort und diskreter Atmosphäre – in direkter Nähe zu den medizinischen Einrichtungen. Weitere Informationen unter www.balnova.de.

Foto: Freepik



Die besten Mitarbeiter bleiben dort, wo Gesundheit ernst genommen wird.

Moderne Mitarbeiter-Check-ups reduzieren Ausfallzeiten, stärken die Mitarbeiterbindung und fördern nachhaltige Leistungsfähigkeit.

Fachkräftemangel, steigende Krankheitsausfälle und mentale Belastungen stellen Unternehmen vor neue Herausforderungen. Gleichzeitig erwarten Mitarbeiter moderne Gesundheitsangebote und echte Wertschätzung.

Präventionsmedizin mit einem interdisziplinären Ansatz aus Allgemeinmedizin, Kardiologie, Dermatologie, Sport- und Ernährungsmedizin sowie Stress- und Regenerationskonzepten.

Bei MAIN MEDIC·ALL in Frankfurt verbinden wir moderne, fachärztliche

Unsere Check-up-Programme werden individuell auf Ihr Unternehmen abgestimmt – effizient, hochwertig und alltagsnah.



WENIGER
AUSFÄLLE



MEHR
ENERGIE



STÄRKERE
BINDUNG



ATTRAKTIVER
ARBEITGEBER



Gesunde Mitarbeiter.
Stärkere Unternehmen.

MAIN MEDIC·ALL
FRANKFURT WESTEND
CORPORATE HEALTH & PRÄVENTIONSMEDIZIN

www.mainmedical.de
info@mainmedical.de
069-75 666 999 0



Corporate Health
entdecken

MARKTPLATZ

Business to Business für die Region FrankfurtRheinMain

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



Mit einer Anzeige im **IHK WirtschaftsForum** erreichen Sie über 66 550 Entscheider in der Region FrankfurtRheinMain.

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

Arbeitsrecht

Wk RECHTSANWÄLTE
WEIGAND & KELLER

**Probleme mit dem Betriebsrat?
Ärger mit Mitarbeitern/Mitarbeiterinnen?**

- Fachanwalt für Arbeitsrecht
- Zertifizierter Berater für Kündigungsschutzrecht (VDAA)

Standorte: Oberursel & Bad Homburg
0 61 71/63 10 90
www.anwalt-oberursel.de
www.fachanwalt-arbeitsrecht-bad-homburg.de

Imagemappen

mappenmeister.de

[GEDRUCKTE QUALITÄT ZU SUPER PREISEN]

25% Rabatt auf Ihren ersten Druckauftrag | Code: 8H3E4W5I

Immobilien

**NEUE PERSPEKTIVEN
ERÖFFNEN**

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

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

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

ADLER IMMOBILIEN

IT-Dienstleistungen

Windows 10 läuft aus!

Hilfe und Kaufberatung bei allen Problemen mit PC, Internet, Mac, Router, WLAN und Telefonie. Reparatur sowohl vor Ort als auch in eigener Werkstatt.

PCDOKTOR.de | 069 - 90 50 28 20

IT-Services

**Kostenfreier
IT-Security-
Check**

Mehr Informationen:
7ahead.de/IHK

7ahead
Managed IT für KMU

Stahlhallenbau

**STAHL
HALLEN**

Andre-Michels.de

02651.96200

Wirtschaftsmediation

MARKUS RUPPE

Wirtschaftsmediation

mr@markusruppe.de
www.markusruppe.de

**Anzeigen-Hotline:
069/42 09 03-75**

Anzeigenschluss für
die August/September-
Ausgabe:

8. Juli 2026

Sichern Sie sich Ihre
Platzierung unter

069/420903-75

verlag@zarbock.de

Nicht verpassen:

spannende Themen in den kommenden
Ausgaben des IHK WirtschaftsForums

August/September
Energie (IU)

Oktober/November
Luftverkehr (Luftfracht)

Dezember/Januar
Ausbildung

Informativ, aktuell und relevant – seien Sie dabei!

Kontakt: verlag@zarbock.de · Telefon 069/42 09 03-75

Luftpost noch ohne Aufwind

Foto: Picture Alliance / SZ Photo, Schert



Luftpostgüter werden in ein Luft-Hansa-Flugzeug vom Typ Junkers G-24 verladen (1928).

Im digitalen Zeitalter ist kaum noch vorstellbar, wie wichtig vor einem Jahrhundert die Schnelligkeit der Beförderung von geschriebener Post und Warensendungen mit Bahn, Schiff, Automobil und auch Flugzeug für das Geschäftsleben war. In den Mitteilungen der Handelskammer Frankfurt a.M. – Hanau vom Juni 1926 wird kräftig für die Luftpost geworben, die seinerzeit offensichtlich eher zurückhaltend genutzt wurde.

Aus den Beförderungsziffern geht hervor, daß die Luftpost, deren Unterhalt der Postverwaltung erhebliche Kosten verursacht, von Frankfurt aus noch lange nicht in dem gewünschten Umfang benutzt wird. Damit diese Einrichtung, deren Ausbau unter allen Umständen erfolgen muß, nicht in ihrem Bestehen gefährdet wird, seien die Kreise von Handel und Gewerbe nachdrücklich auf die bestehenden und billigen Luftpostverbindungen aufmerksam gemacht.

IHK WIRTSCHAFTSFORUM

Vorschau Ausgabe 08|09.26

Fokusthema „Energie“

Eine verlässliche und bezahlbare Energieversorgung ist für Unternehmen in Deutschland ein zentraler Wettbewerbsfaktor. Hohe Energiekosten belasten insbesondere energieintensive Branchen und den Hightech-Sektor und gefährden den Wirtschaftsstandort. Gleichzeitig erfordert der Übergang zu erneuerbaren Energien eine zukunftsfähige Energiepolitik, die Versorgungssicherheit und Klimaziele miteinander vereint. Mögliche Versorgungsunsicherheiten bei Strom und Gas erhöhen die Planungsunsicherheit für Betriebe. Eine stabile Infrastruktur sowie klare politische Rahmenbedingungen sind daher entscheidend, um Innovation, Investitionen und langfristiges Wachstum zu sichern.



Foto: mauritius images / Rupert Oberhäuser

JETZT SCHON VORMERKEN

Am 8. August erscheint die neue Ausgabe des IHK WirtschaftsForums.



Friedrich Friedrich

Darmstädter Speditions- und Möbeltransportgesellschaft mbH

Folgen Sie uns auf Social Media:



Ihr Partner für Privat- und Firmenumzüge!

Privatumzüge

- ✓ Nah, fern & international
- ✓ Persönliche Beratung & professionelle Durchführung
- ✓ Demontage, Montage & Zwischenlagerung
- ✓ Von Mitmach- bis Full-Service
- ✓ Mitarbeiterumzüge
- ✓ Seniorenzüge

Firmenumzüge

- ✓ Präzise Planung, minimale Ausfallzeiten
- ✓ Projektmanagement & persönliche Koordination
- ✓ Referenzen namhafter Unternehmen – auf Anfrage verfügbar

+ Labor- und Klinikumzüge

+ IT-Umzüge

Jetzt anrufen & beraten lassen: ☎ 06155 - 83 67 0

DMS
UMZUG & LOGISTIK

Friedrich Friedrich

Darmstädter Speditions- und Möbeltransportgesellschaft mbH
Wiesenstraße 5 • 64347 Griesheim • anfrage@friedrich-umzug.de
→ www.friedrich-umzug.de → www.sb-lagerhaus.de



Mehr Infos oder Kontakt unter:
friedrich-umzug.de

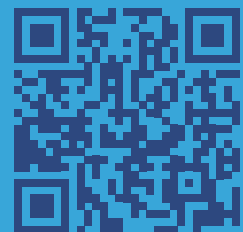




Industrie- und Handelskammer
Frankfurt am Main

**AUSBILDUNG BRINGT
DICH NICHT WEIT.
SAGT WER?**

**Fast 20 % aller deutschen
CEOs waren mal Azubis.**



**Ausbildung
macht mehr
aus uns**

**JETZT
#KÖNNENLERNEN**



Multifunktionsstandfuß
mit Höhenverstellung,
Schwenk-, und
Neigefunktion



Optional: TERRA MOBILE Dockingstation 810.
Weitere Infos auf Seite 11.



TERRA LCD/LED 2427W HA

- 60,5 cm (23.8") IPS-Paneltechnologie
- 1920 x 1080 Full HD Display
- HDMI, DisplayPort, USB-C (Audio u. Video), Lautsprecher
- inkl. 24 Monate Vor-Ort-Austauschservice

+ 100 Hz Bildwiederholrate

105,-*

124,95 € inkl. MwSt.

Artikelnr.: 3030257



TERRA MOBILE 1552

- Intel® Core™ Ultra 5 Prozessor 125U (12 MB Cache, bis zu 4.30 GHz)
- Windows 11 Pro
- Displaygröße 38.9 cm (15.3")
- 1920 x 1200 Pixel, Non Glare Display
- Intel® Grafik
- **inkl. 24 Monate Vor-Ort-Service mit Medieneinbehalt**



Artikelnr.: 1220879 + TNV2

925,-*

1.100,75 € inkl. MwSt.
*Leasingrate: 28,27****



IT - Made in Germany

DIE WORTMANN AG IST DER GRÖSSTE DEUTSCHE IT HERSTELLER UND BIETET IHNEN ZUSAMMEN MIT ÜBER 16.000 PARTNERN ALLE PRODUKTE UND LEISTUNGEN FÜR IHRE IT AUS EINER HAND.

T

TERRA Produkte

Tablets, Notebooks, PCs, Workstations, Server, Storage, LCDs

Die Eigenmarke TERRA ist der zentrale Bestandteil des Produktsortiments. Durch die eigene Assemblierung in Deutschland verfügen wir über eine hohe Flexibilität und können individuell und zeitnah reagieren. Ein umfangreiches Sortiment an Standard-Systemen, eine individuelle Fertigung per BTO (Build-to-Order) oder eine entsprechende Vorkonfiguration per CTO (Customize-to-Order) ermöglicht es uns, Ihren Bedürfnissen gerecht zu werden.

C

TERRA CLOUD

Hosting, Housing, IaaS, SaaS, Marketplace

Mit der TERRA CLOUD bietet die WORTMANN AG als Betreiber eines Rechenzentrums in Deutschland ein umfangreiches Angebot an Hosting, Housing, IaaS und SaaS Leistungen. Als Cloud Service Distributor sind zudem noch weitere Cloud Leistungen beziehbar.

S

SERVICE

Vor-Ort-Service, Serviceverlängerung, Pre-Sales-Unterstützung, Schulungen, Workshops, Webcasts, Trainings

Wir stehen für ein Maximum an Kundenorientierung – Vor, während und nach dem Kauf. Wir beraten und empfehlen, vermitteln das notwendige Wissen und stellen attraktive Serviceleistungen sowie eine hohe Verfügbarkeit sicher.

F

Finanzierung

Leasing, Miete, Mietkauf

Was immer Sie auch benötigen – mit unseren flexiblen Finanzierungslösungen optimieren Sie die Innovationszyklen Ihrer Hardware und stellen sicher, dass Sie stets mit der aktuellen technischen Entwicklung Schritt halten können.

D

Distribution

Komponenten, Peripherie, Software

Eine Distribution von Komponenten, Peripheriegeräten sowie Softwareprodukten namhafter Hersteller, welche das Eigenmarken Produkt- und Leistungsangebot sinnvoll ergänzt, rundet das Produktportfolio ab.

40

JAHRE SIND WIR
FÜR SIE DA

1.2

MRD. € UMSATZ

800

MITARBEITER SIND
TÄGLICH FÜR SIE IM
EINSATZ

16.000

PARTNER
BETREUEN UNSERE
KUNDEN VOR ORT

CA

TERRA Campus
KnowHow, Schulungen

Im hauseigenen Schulungszentrum bieten wir aktuelle Schulungen rund um die Themen TERRA CLOUD, Microsoft Server Betriebssysteme, Vertriebsschulungen und zu vielen weiteren Themen an. Die ständige Weiterbildung aller Seminarleiter garantiert ein Höchstmaß an Aktualität. Wir nutzen Synergien mit namhaften Herstellern und können Ihnen Schulungen zu günstigen Preisen anbieten.

Wie auch immer eine für Sie optimale IT-Lösung aussieht, die WORTMANN AG kann diese sinnvoll und einfach bereitstellen, damit Sie sich auf Ihr eigentliches Geschäft konzentrieren können.



Innovation, die sich im Alltag auszahlt.



Optional: TERRA MOBILE Dockingstation 770.
Weitere Infos auf Seite 11.



AMD
FreeSync



TERRA LCD/LED 2727W

- 68.6 cm (27") IPS-Paneltechnologie
- 1920 x 1080 Full HD Display
- HDMI, DisplayPort, USB-C (Audio u. Video), Lautsprecher
- inkl. 24 Monate Vor-Ort-Austauschservice

Artikelnr.: 3030258

+ 100 Hz
Bildwiederholrate

82,-*

97,58 € inkl. MwSt.

TERRA MOBILE 1410M

- Intel® Core™ Ultra 5 Prozessor 125U (12 MB Cache, bis zu 4.3 GHz)
- Windows 11 Pro
- Displaygröße 35.6 cm (14")
- 1920 x 1200 Pixel, Non Glare Display
- Intel® Grafik
- **inkl. 24 Monate Vor-Ort-Service mit Medieneinbehalt**

Artikelnr.: 1220882 + TNV2

695,-*

827,05 € inkl. MwSt.

Bereit, für die Anforderungen von morgen.



Multifunktionsstandfuß mit Höhenverstellung, Schwenk-, Neige- und Pivotfunktion

Optional: TERRA MOBILE Dockingstation 800. Weitere Infos auf Seite 11.



AMD FreeSync



TERRA LCD/LED 2748W PV

- 68.6 cm (27") IPS-Paneltechnologie
- 1920 x 1080 Full HD Display
- HDMI, DisplayPort, USB-C (Audio u. Video), Lautsprecher
- inkl. 24 Monate Vor-Ort-Austauschservice

Artikelnr.: 3030264

+ 144 Hz Bildwiederholrate

149,-*

177,31 € inkl. MwSt.

TERRA MOBILE 1610A

- AMD Ryzen™ 7 7730U Prozessor (16 MB Cache, bis zu 4.5 GHz)
- Windows 11 Pro
- Displaygröße 40.64 cm (16")
- 1920 x 1200 Pixel, Non Glare Display
- AMD Radeon™ Grafik
- **inkl. 24 Monate Vor-Ort-Service mit Medieneinbehalt**

Artikelnr.: 1220868 + TNV2

690,-*

821,10 € inkl. MwSt.

Die Zukunft des Arbeitens mit Copilot+



Mit TERRA Copilot+ Notebooks erleben Sie eine neue Dimension der Produktivität und Effizienz. Unsere innovativen Notebooks bieten intelligente Unterstützung: Dank fortschrittlicher KI-Technologie erhalten Sie maßgeschneiderte Vorschläge und Lösungen, die Ihre Arbeit erleichtern und beschleunigen.



Beide Modelle auch mit
Intel® Core™ Ultra 7 Prozessor
erhältlich!



TERRA MOBILE 1471L - Copilot+ PC

- Intel® Core™ Ultra 5 Prozessor 228V
(8 MB Cache, bis zu 4,50 GHz)
- Windows 11 Pro
- Displaygröße 35,6 cm (14")
- 1920 x 1200 Pixel, Non Glare Display
- Intel® Arc 130V
- **inkl. 24 Monate Vor-Ort-Service
mit Medieneinbehalt**

Artikelnr.: 1220872 + TNV2

1.370,-*

1.630,30 € inkl. MwSt.
Leasingrate: 41,87**



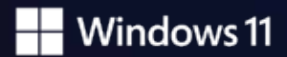
TERRA MOBILE 1671L - Copilot+ PC

- Intel® Core™ Ultra 5 Prozessor 228V
(8 MB Cache, bis zu 4,50 GHz)
- Windows 11 Pro
- Displaygröße 40,64 cm (16")
- 2560 x 1600 Pixel, Non Glare Display
- Intel® Arc 130V
- **inkl. 24 Monate Vor-Ort-Service
mit Medieneinbehalt**

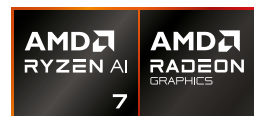
Artikelnr.: 1220867 + TNV2

1.430,-*

1.701,70 € inkl. MwSt.
Leasingrate: 43,70**



Copilot+ PCs sind die schnellsten und intelligentesten Windows PCs aller Zeiten.



RAM 32 GB SSD 1 TB

RAM 16 GB SSD 500 GB

TERRA MOBILE Elite 3A - Copilot+ PC

- AMD Ryzen™ AI 7 350 Prozessor [16 MB Cache, bis zu 5.0 GHz]
- Windows 11 Pro
- Displaygröße 40,64 cm (16")
- 2560 x 1600 Pixel, Non Glare Display
- NVIDIA GeForce RTX5060 - 8GB
- **inkl. 24 Monate Vor-Ort-Service mit Medieneinbehalt**

Artikelnr.: 1220876 + TNV2

1.895,-*

2.255,05 € inkl. MwSt.
Leasingrate: 57,91**

TERRA PC-MICRO 7000A - Copilot+ PC

- AMD Ryzen™ AI 7 350 Prozessor [16 MB Cache, bis zu 5.0 GHz]
- Windows 11 Pro
- AMD Radeon™ 860M
- **inkl. 36 Monate Vor-Ort-Service mit Medieneinbehalt**

Artikelnr.: 1000184 + TPV3

830,-*

987,70 € inkl. MwSt.
Leasingrate: 25,37**



Multifunktionsstandfuß mit Höhenverstellung, Schwenk-, Neige- und Pivotfunktion



TERRA LCD/LED 2448W PV

- 60.5 cm (23.8") IPS-Paneltechnologie
 - 1920 x 1080 Full HD Display
 - HDMI, DisplayPort, USB-C (Audio u. Video), Lautsprecher
 - inkl. 24 Monate Vor-Ort-Austauschservice
- + 144 Hz Bildwiederholrate

Artikelnr.: 3030262

115,-*
136,85 € inkl. MwSt.

TERRA PC BUSINESS 6000

- Intel® Core™ Ultra 5 Prozessor 225 (20 MB Cache, bis zu 4,9 GHz)
- Windows 11 Pro
- Intel® Grafik
- 2x Display Port, 1x HDMI
- **inkl. 36 Monate Vor-Ort-Service mit Medieneinbehalt**

Artikelnr.: 1000133 + TPV3

775,-*
922,25 € inkl. MwSt.
Leasingrate: 23,69**



Leistung,
die Ihr Business
voranbringt.

Multifunktionsstandfuß mit
Höhenverstellung, Schwenk-,
Neige- und Pivotfunktion



TERRA PC BUSINESS MARATHON

- Intel® Core™ i5 Prozessor 14400
(20 MB Cache, bis zu 4,7 GHz)
- Windows 11 Pro
- Intel® UHD Grafik 730
- 1x HDMI, 2x DP
- Unterstützt Triple-Monitoring
- **inkl. 36 Monate Vor-Ort-Service
mit Medieneinbehalt**



Artikelnr.: 1000180 + TPV3

1.135,-*

1.350,65 € inkl. MwSt.
Leasingrate: 34,69**



+ Adaptive Sync



TERRA LCD/LED 2772W PV

- 68,6 cm (27") IPS-Paneltechnologie
- 2560 x 1440 WQHD Display
- HDMI, DisplayPort, USB-C (Audio u. Video),
Lautsprecher
- inkl. 24 Monate
Vor-Ort-Austauschservice

Artikelnr.: 3030223

199,-*

236,81 € inkl. MwSt.

- + 4K UHD
- + 10 Bit Farbtiefe
- + HDR
Hochkontrastbild
- + Dockingstation-
Funktionen



ANTI-BLUE-LIGHT
TECHNOLOGIE



TERRA LCD/LED 3295W PV

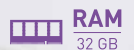
- 80 cm (31,5") IPS-Paneltechnologie
- 3840 x 2160 4K UHD Display
- HDMI, DisplayPort, USB-C, Daisy-Chain,
LAN-Anschluss RJ45, PD 90W, Lautsprecher
- inkl. 24 Monate
Vor-Ort-Austauschservice

Artikelnr.: 3030234

369,-*

439,11 € inkl. MwSt.

Multifunktionsstandfuß mit
Höhenverstellung, Schwenk-,
Neige- und Pivotfunktion



TERRA PC BUSINESS 7650

- Intel® Core™ Ultra 7 Prozessor 265K
(30 MB Cache, bis zu 5,50 GHz)
- Windows 11 Pro
- 1x HDMI 2.1, 2x DP 1.4
- Grafikkarten individuell wählbar, je nach Softwareanwendung
 - z.B. Intel® 16GB Intel® Arc™ Pro B50 -> 4x mDP
 - z.B. PNY 8GB RTX A1000 -> 4x mDP
 - z.B. PNY 16GB RTX 2000 Ada -> 4x mDP
 - z.B. PNY 20GB RTX 4000 Ada -> 4xDP
- **inkl. 36 Monate Vor-Ort-Service
mit Medieneinbehalt**

Artikelnr.: 1000130 + TPV3

ab **1.695,-***

2.017,05 € inkl. MwSt.
Leasingrate: 51,80**

Arbeitsplätze mit Anspruch.



Mit DisplayPort-Ausgang (Daisy Chain) für die produktive und komfortable Zweischirmlösung über nur ein Kabel.



TERRA PC MINI 6000V6.1

- Intel® Core™ i5 Prozessor 14400 (20 MB Cache, bis zu 4.7 GHz)
- Windows 11 Pro
- Intel® UHD Grafik 730
- 2x Display Port 1.4, 1x HDMI 2.0 Unterstützt Triple-Monitoring
- **inkl. 36 Monate Vor-Ort-Service mit Medieneinbehalt**



Artikelnr.: 1000077 + TPV3 **830,-***

987,70 € inkl. MwSt.
Leasingrate: 25,37**



TERRA LCD/LED 2775W PV

- 68,6 cm [27"] IPS-Paneltechnologie
- 2560 x 1440 WQHD Display
- HDMI, DisplayPort, USB-C, 3x USB-A, Lautsprecher
- LAN-Anschluss RJ45, PD 65W
- inkl. 24 Monate Vor-Ort-Austauschservice



Artikelnr.: 3030231

259,-*

308,21 € inkl. MwSt.

+ Dockingstation-Funktionen

Multifunktionsstandfuß mit Höhenverstellung, Schwenk-, Neige- und Pivotfunktion



Inkl. VESA Mounting Kit zur rückseitigen Montage an unseren TERRA LCDs.



TERRA PC MICRO 6000

- Intel® Core™ 5 Prozessor 210H (12 MB Cache, bis zu 4.8 GHz)
- Windows 11 Pro
- Intel® Grafik
- 2x HDMI, 2x DP via USB-C Unterstützt bis zu 4 Displays
- **inkl. 36 Monate Vor-Ort-Service mit Medieneinbehalt**



Artikelnr.: 1000135 + TPV3 **720,-***

856,80 € inkl. MwSt.

TERRA LCD/LED 2775W PV

siehe oben

Perfekt für Empfangsbereiche.



RAM
16 GB



SSD
1 TB

TERRA ALL-IN-ONE-PC 2710HA WH

- Intel® Core™ Ultra 5 Prozessor 225 (20 MB Cache, bis zu 4.90 GHz)
- Windows 11 Pro
- 68.6 cm (27") Non-Touch, 1920 x 1080 Full-HD Display
- WebCam 5MP, 2x 3W Stereo Lautsprecher, Bluetooth, Kensington-Lock, Höhenverstellung 130 mm, Pivotfunktion, Neigbarkeit -5°/ +20°
- Intel® Grafik
- **inkl. 36 Monate Vor-Ort-Service mit Medieneinbehalt**

Artikelnr.: 1000129 + TPV3

1.120,-*

1.332,80 € inkl. MwSt.
Leasingrate: 34,23**

Das passende Zubehör:

TERRA MOBILE Dockingstation 810

Artikelnr.: 1480375



289,-*

343,91 € inkl. MwSt.



TERRA Webcam Slide 2 mit Schieber

Artikelnr.: 2920216

29,90*

35,58 € inkl. MwSt.



TERRA Desktop 4000 Wireless

Artikelnr.: 2810757

33,-*

39,27 € inkl. MwSt.



TERRA MOBILE Dockingstation 800

Artikelnr.: 1480374



199,-*

236,81 € inkl. MwSt.



TERRA Webcam Halo mit LED-Lichtkranz

Artikelnr.: 2920215

41,-*

48,79 € inkl. MwSt.



Tasche TERRA PR0814 für NB bis 15.6"

Artikelnr.: 1510025

25,-*

29,75 € inkl. MwSt.



TERRA MOBILE Dockingstation 770

Artikelnr.: 1480459



99,-*

117,81 € inkl. MwSt.



TERRA Webcam JP-WTFF-1080HD

Artikelnr.: 2920132

29,-*

34,51 € inkl. MwSt.



Tasche TERRA PR0817 für NB bis 17.3"

Artikelnr.: 1519276

29,-*

34,51 € inkl. MwSt.



Leistungsstark. Langlebig.
Robust.

Windows Server 2025

AMD
EPYC



RAM
32 GB

TERRA SERVER 3030A G6

- AMD EPYC™ 4345P Prozessor (32 MB Cache, 8x 3,80 GHz)
- Windows Server 2025 Standard
- Broadcom MegaRAID 9550-8i mit 4 GB Cache (RAID 0/1/10)
- 2x 1 GbE LAN, 1x Mgmt LAN, TPM
- Grafik onboard (VGA, HDMI, DP, USB-C)
- **inkl. 36 Monate Vor-Ort-Service mit Medieneinbehalt**

Artikelnr.: 1100421 + TSV3

6.550,-*

7.794,50 € inkl. MwSt.
Leasingrate: 200,19**



RAM
2x 32 GB

TERRA SERVER 3030A G6

- AMD EPYC™ 4585PX Prozessor (128 MB Cache, 16x 4,30 GHz)
- Windows Server 2025 Standard
- Broadcom MegaRAID 9560-8i mit 4 GB Cache (RAID 0/1/10/5/50/6/60)
- 2x 1 GbE LAN, 1x Mgmt LAN, TPM
- Grafik onboard (VGA, HDMI, DP, USB-C)
- **inkl. 36 Monate Vor-Ort-Service mit Medieneinbehalt**

Artikelnr.: 1100423 + TSV3

9.325,-*

11.094,75 € inkl. MwSt.
Leasingrate: 286,99**

* Aktionspreise in EURO zzgl. ges. MwSt. Die Preise sind unter Vorbehalt von Preisänderungen durch Dollarschwankungen vom 05.06.2026 bis 07.08.2026 gültig. TERRA PCs und Notebooks mit vorinstallierten Betriebssystemen. Weitere Installationen und Dienstleistungen auf Anfrage. Aktionsmodelle können von den Standardservicezeiten abweichen und sind gesondert gekennzeichnet. Technische Änderungen und Irrtümer vorbehalten. Angebote gültig solange der Vorrat reicht. Keine Mitnahmegarantie.

** Monatliche Netto Leasingrate. Ein Leasingangebot der WORTMANN AG. Laufzeit 36 Monate, gilt vorbehaltlich der üblichen Bonitätsprüfung. Mindestanschaffungswert 750 €/netto. Zzgl. Bearbeitungsgebühr 49,90 €/netto.

Symbolfoto: Abgebildete Ausstattung kann von der tatsächlichen Ausstattung abweichen.

Ultrabook, Celeron, Celeron Inside, Core Inside, Intel, Intel Logo, Intel Atom, Intel Atom Inside, Intel Core, Intel Inside, Intel Inside Logo, Intel vPro, Itanium, Itanium Inside, Pentium, Pentium Inside, vPro Inside, Xeon, und Xeon Inside sind Marken der Intel Corporation in den USA und anderen Ländern.