

IHK Wirtschafts**FORUM**

Ihr Unternehmermagazin für die Region FrankfurtRheinMain

A 4836 | Jahrgang 147



FOKUSTHEMA

Sport und Wirtschaft

42_ Wettbewerbsfähigkeit stärken
Europawahl

49_ Die Wirtschaft hat gewählt
IHK-Vollversammlung

54_ Ein schwieriger Prozess
Bürokratieabbau



Wenns um
die Worscht
geht ...



Frankfurter
Sparkasse

1822

... sagt auch



BESTWORSCHT[®]
IN TOWN

Unser Kunde seit über 30 Jahren

mit Christian Bauerochse,
Gewerbekundenberater der
Frankfurter Sparkasse.



Liebe Leserinnen, liebe Leser!

Mit der Fußball-Europameisterschaft 2024 steht uns allen in Deutschland ein großes Turnier bevor. Bei mir persönlich werden ganz schnell Erinnerungen wach an die Weltmeisterschaft 2006 im eigenen Land. Eine WM, die so viele Menschen begeistert hat. Und Frankfurt mittendrin. Ich selbst war damals als Eintracht-Spieler schon eng mit der Stadt verbunden und wohnte im Frankfurter Stadtteil Sachsenhausen, unweit des Mains. Dort spürte ich die Euphorie hautnah. Die Menschen auf den Straßen, in den Kneipen, in den Restaurants und

„ Die Stimmung bei dieser EM wird gewiss grandios sein

im Stadion machten das Turnier zu einem einzigen Fest. Für das Land war dieses Turnier eine große Erfolgsgeschichte.

Eine Erfolgsgeschichte steht auch der Stadt Frankfurt bevor, die als Standort für fünf Spiele sowie einer Fanzone am Mainufer wieder mittendrin ist. Die Vorbereitungen laufen auf Hochtouren. Als Botschafter bekomme ich das ganz nah mit. Alles wird top organisiert sein und die Wirtschaft, der Einzelhandel, die Gastronomie und die Hotelbranche werden von diesem Turnier extrem profitieren können und sich von ihrer besten Seite zeigen. In einer Stadt, die mit 175 Nationen zu den multinationalsten Städten der Welt gehört, wird Gastfreundlichkeit und Weltoffenheit großgeschrieben. Das werden alle Fans erleben. Mit einem Augenzwinkern muss ich allerdings anmerken: Die einzigartige Atmosphäre bei einem Spiel von Eintracht Frankfurt werden sie nicht erleben können, aber die Stimmung bei dieser EM wird ganz gewiss grandios sein.

2006 feierten Hunderttausende Fans die deutsche Mannschaft für den dritten Platz. Vielleicht klappt es in diesem Jahr ja mit dem ersten EM-Titel seit 1996 – die Feier wäre wohl noch gigantischer. Lasst uns gemeinsam diese Europameisterschaft zu einem Fest machen. Für den Sport. Für die Wirtschaft. Für uns alle.

Alex Meier

Uefa-Euro-2024-Botschafter
für Frankfurt



04 | 05_

FOKUSTHEMA

Sport und Wirtschaft

Am 14. Juni beginnt die Fußball-Europameisterschaft der Männer in Deutschland, die Mainmetropole ist einer der Austragungsorte. Die Euro 2024 ist aber längst nicht das einzige sportliche Highlight in Frankfurt und der Region.



3_ Vorwort**6_ Kurzmeldungen****Fokusthema Sport und Wirtschaft**

- 10_** Sportstadt Frankfurt: Gut für das Image
- 20_** Schafhof Connects: Mega-Event für Pferdefans
- 22_** Myostyle: Training mit Strom
- 24_** Uefa-Regeln: Werbung und die Fußball-EM
- 28_** Fanzone: Mega-Party am Mainufer

Unternehmensreport

- 32_** Mapp Media: Nachhaltige Filmproduktion
- 34_** Schwanen-Apotheke: Beratung ist das A und O
- 36_** Karl Dengler: Arbeitsschutz von Kopf bis Fuß

Unternehmenspraxis

- 40_** Indien: „Es ist einiges passiert“
- 42_** Europawahl 2024: Wettbewerbsfähigkeit stärken

Metropolregion FrankfurtRheinMain

- 46_** Serie Immobilienstandort: Wehrheim

IHK intern

- 49_** IHK-Vollversammlung: Die Wirtschaft hat gewählt
- 51_** IHK-Business-Club: Netzwerken in der IHK

Recht und Steuern

- 54_** Bürokratieabbau: Ein schwieriger Prozess
- 56_** Fachkräfteeinwanderungsgesetz: Was sich mit der Novelle ändert

66_ Zurückgeblättert | Mein Lieblingsort

STANDORTPOLITIK

Kleinmarkthalle wird saniert



Foto: Picture Alliance / imageBroker / Schoening

Die Frankfurter Kleinmarkthalle steht vor einer umfassenden Sanierung, unter anderem sind grundlegende Modernisierungen in den Bereichen Heizung, Elektrik und Sanitär nötig. Die Sanierungsarbeiten werden etwa vier Jahre dauern und erfolgen bei laufendem Geschäft der rund 60 Händler. Um den Betrieb während dieser Zeit aufrechtzuerhalten, werden einige Marktstände vorübergehend nach außen verlegt. <https://frankfurt.de>  Kleinmarkthalle

AUSBILDUNG

Kritik an heruntergekommenen Berufsschulen

In einer gemeinsamen Pressemeldung haben der HIHK, das hessische Handwerk und die VHU für ein grundlegendes Umdenken in der Bildungspolitik plädiert. Der Zustand der Berufsschulen in Hessen habe vielerorts ein unerträglich schlechtes Niveau erreicht. An einigen Schulen sei die Gebäudesubstanz dermaßen heruntergekommen, dass ein hochwertiger Unterricht unmöglich sei. Es brauche eine konzertierte Aktion von Kommunen und Land, um die Missstände in den beruflichen Schulen anzugehen, denn duale Ausbildung brauche verlässliche Strukturen. www.hihk.de  Berufsschulen

EXISTENZGRÜNDUNG

Selbstständigkeit liegt nicht hoch im Kurs



Die Präferenz für eine berufliche Selbstständigkeit bleibt in Deutschland auf einem Tiefpunkt. Nur 23 Prozent der 18- bis 67-Jährigen hätten sich 2022 unabhängig von ihrer aktuellen persönlichen Situation für die berufliche Selbstständigkeit entschieden, meldet die KfW. Die häufigsten Hemmnisse für die Gründungstätigkeit sind Sicherheitsbedürfnisse, Bürokratielast und Kapitalmangel.



Foto: mauritius images / Ikon Images / Gary Waters

Wir sind ein erfolgreiches Medienunternehmen in Frankfurt. Mit rund 60 Mitarbeitern gehören wir zu den leistungsfähigsten Printdienstleistern im Rhein-Main-Gebiet. Seit über 25 Jahren verlegen wir Industrie- und Handelskammer-, Verbands- und Kundenmagazine.



Zur Verstärkung unseres Verlagsteams suchen wir

Anzeigenverkäufer (m/w/d) als selbstständige Handelsvertreter

Ihr Profil Sie sind versiert im Anzeigenverkauf und vertreten Ihre Medien mit Elan und Begeisterung? Sie verfügen über das Lächeln am Telefon und erobern kreativ neue Vertriebskanäle?

Dann werden Sie Teil unseres Teams!

Ihre Aufgabe ist die Vermarktung unserer Wirtschaftsmagazine, Verkaufsgebiet Metropolregion FrankfurtRheinMain, Schwerpunkt Darmstadt/Rhein-Main-Neckar

Interessiert?

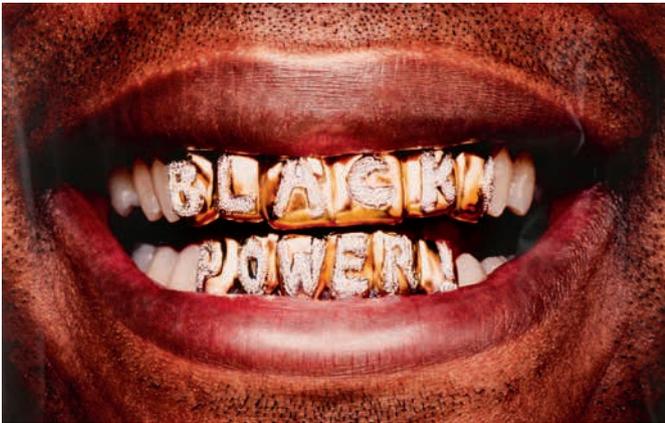


Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG · Sontraer Str. 6 · 60386 Frankfurt/M. · www.zarbock.de

KULTUR

The Culture: Hip-Hop und zeitgenössische Kunst

Foto: Hank Willis Thomas



Hank Willis Thomas, Black Power, 2006, chromogener Druck, Barret Barrera Projects.

Basierend auf den Ursprüngen des Hip-Hop in den USA präsentiert die Schirm-Ausstellung „The Culture“ bis 26. Mai über 100 Arbeiten zumeist aus den vergangenen 20 Jahren, darunter Gemälde, Fotografien, Skulpturen und Videos sowie Mode von international bekannten Künstlern der Gegenwart, darunter Lauren Halsey, Julie Mehretu, Tschabalala Self, Arthur Jafa, Kahlil Joseph, Virgil Abloh und Gordon Parks. Die Schau zeigt die politischen, kulturellen und ästhetischen Merkmale, die Hip-Hop zu einem globalen Phänomen gemacht und ihn als künstlerischen Kanon unserer Zeit etabliert haben. www.schirn.de

INTERNATIONAL

Europäische Handelspolitik

Die DIHK fordert von der EU eine ambitionierte Handelspolitik zur Unterstützung deutscher Unternehmen im Auslandsgeschäft und legt hierfür zehn Leitlinien vor. Darin warnt sie vor den negativen Auswirkungen des Protektionismus auf die deutsche Wirtschaft, da jeder vierte Arbeitsplatz am Außenhandel hänge. Freier Handel und Investitionsoffenheit bleiben dem DIHK-Positionspapier zufolge entscheidende Mittel zum Erhalt und zur Mehrung von Wohlstand. Daher müsse der Einsatz für offene Märkte und gute Handelsregeln weiterhin die politische Agenda prägen. Gleichzeitig müsse sich Europa für eine sich zunehmend entkoppelnde Weltwirtschaft rüsten und souveräner aufstellen. www.dihk.de offene Märkte

FINANZPLATZ

Frankfurt wird Sitz der Amla



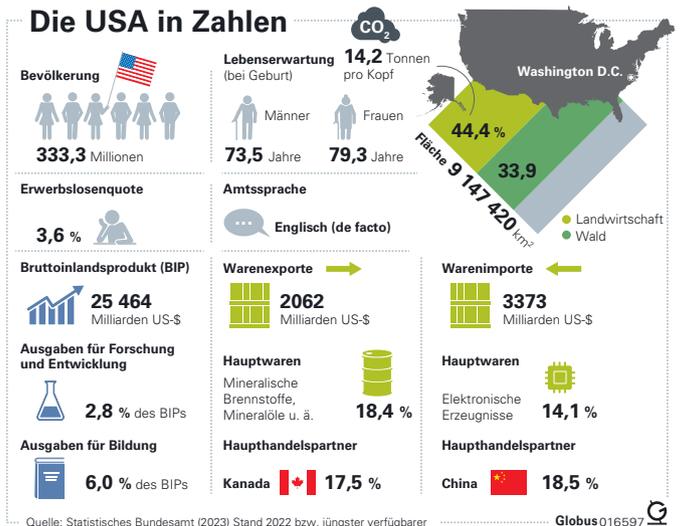
Die neue EU-Anti-Geldwäschebehörde Amla wird künftig mit gut 400 Mitarbeitern am Main Quartier beziehen. Am 22. Februar stimmten der Rat der Europäischen Union und das EU-Parlament mehrheitlich für die Ansiedlung der Amla in Frankfurt. Vorausgegangen waren intensive Anhörungen der insgesamt neun Bewerberstädte, in denen die Mainmetropole überzeugen konnte.

INTERNATIONAL

USA: Deutsche Unternehmen optimistisch

Deutsche Unternehmen in den USA blicken zuversichtlich auf 2024, so das Ergebnis der aktuellen Umfrage der Deutsch-Amerikanischen Handelskammern. Nahezu 100 Prozent der befragten Unternehmen erwarten keine Rezession der US-Wirtschaft, 91 Prozent gehen von einer Steigerung ihres US-Umsatzes aus. 96 Prozent der befragten Unternehmen planen Investitionen innerhalb der nächsten drei Jahre, darunter sind zahlreiche Großprojekte. Das gute Geschäftsklima spiegelt sich auch in Personalzuwachs und Produktionssteigerungen in Deutschland wider. Die Ergebnisse des German American Business Outlook 2024 betonen die bedeutende Rolle des US-Marktes für deutsche Unternehmen und unterstreichen die robusten deutsch-amerikanischen Handelsbeziehungen. www.ahk-usa.net/gabo

Die USA in Zahlen



IMPRESSUM

Mitteilung der Industrie- und Handelskammer
Frankfurt am Main

IHK WirtschaftsFORUM

Ihr Unternehmermagazin für die Region
FrankfurtRheinMain

Herausgeber

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

**Verantwortlich für den Inhalt**

Patricia C. Borna, Geschäftsführerin,
Unternehmenskommunikation, IHK Frankfurt

Chefredakteurin

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

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

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

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

Titelbild: Picture Alliance/Markus Schreiber

Verlag

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

Anzeigenleitung

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

Grafik

Druck- und Verlagshaus Zarbock

Anzeigenpreisliste

Nr. 124 vom 1. November 2023

Druck

Societätsdruck, Frankfurt



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

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

Ausgabedatum

2. April 2024

Vollbeilagen

Fattoria La Vialla, Frankfurt
Wortmann AG, Hüllhorst

KULTUR

Jetzt bewerben: Kunst privat!

Unternehmen, die Kunstsammlungen haben und diese der Öffentlichkeit vorstellen möchten, können sich bei Kunst privat! bewerben. Die hessenweite Kunstaktion, bei der Unternehmen ihre Türen für ein kunstinteressiertes Publikum öffnen, findet nun zum 20. Mal statt, in diesem Jahr vom 18. bis 22. September. Koordiniert wird Kunst privat! von der Geschäftsstelle Kreativwirtschaft bei der HA Hessenagentur im Auftrag des hessischen Wirtschaftsministeriums. Weitere Infos: www.kunstprivat.net und E-Mail kreativwirtschaft@hessen-agentur.de

DIHK

Digitalisierungsumfrage 2023

Die Unternehmen in Deutschland bewerten ihren eigenen Digitalisierungsstand mit der Schulnote 2,85. Schlechte Noten stellen die Unternehmen hingegen der Digitalisierung der öffentlichen Verwaltung aus. Diese bekommt nur eine Durchschnittsnote von 4,35. Das zeigt die aktuelle Digitalisierungsumfrage der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK). Die Ergebnisse zeigen, dass der digitale Transformationsprozess für die Unternehmen weiterhin ein Kraftakt ist und aus Zeit-, Komplexitäts- sowie Kostengründen an Grenzen stößt. Gerade von der Politik wünschen sich viele Unternehmer daher klarere Regelungen.



Foto: mauritius images/Westend61 / Daniel Ingoild

STANDORTPOLITIK

Frankfurter Gewerbeparkausweis

Ab sofort können Unternehmen für bis zu drei Fahrzeuge einen Gewerbeparkausweis beantragen. Die Ausnahmegenehmigung nach § 46 Straßenverkehrsordnung dient dazu, Unternehmen ohne eigene Abstellmöglichkeiten das Parken im Umfeld des Firmensitzes in vollständig bewirtschafteten Bewohnerparkzonen zu erleichtern. Antragsberechtigt sind Bevollmächtigte eines Gewerbebetriebs mit Sitz in Stadtteilen mit vollständig bewirtschafteten Bewohnerparkzonen. Die Fahrzeuge müssen zwingend auf den Geschäftsführer oder das Gewerbe zugelassen sein und ein sogenanntes Branding aufweisen.

INTERNATIONAL

Zukunftssichere Regeln für den Welthandel

Foto: mauritius images / iKon Images / Gary Waters



Die Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK) hat sich für eine Modernisierung der Welt handelsorganisation WTO ausgesprochen, denn für die exportorientierten Unternehmen hierzulande seien weltweit faire Wettbewerbsbedingungen, Marktzugang und Rechtssicherheit im Auslandsgeschäft

von herausragender Bedeutung, so Melanie Vogelbach, DIHK-Bereichsleiterin für internationale Wirtschaftspolitik und Außenwirtschaftsrecht, anlässlich der 13. WTO-Ministerkonferenz kürzlich in Abu Dhabi. Die DIHK hatte hierzu das Positionspapier „Zukunftssichere Regeln für den Welthandel“ erarbeitet. www.dihk.de  **Welthandel**

UNTERNEHMENSFÖRDERUNG

Erweiterter Kapitalzugang für Start-ups



Die Bundesregierung erweitert den Kapitalzugang für Start-ups um etwa 1,6 Milliarden Euro aus dem Zukunftsfonds sowie um 150 Millionen Euro aus dem ERP-Sondervermögen. 850 Millionen Euro davon fließen KfW-Capital zu, das gemeinsam mit privaten Venture-Capital-Fonds in junge Start-ups investiert. Zudem sind 500 Millionen Euro zur Stärkung der Exit-Finanzierung vorgesehen. Jeweils 200 Millionen Euro sollen in den Wachstumsfonds Deutschland sowie in Impact-Venture-Capital-Fonds investiert werden.



Foto: mauritius images / Westend61 / Gary Waters



VON POLL
IMMOBILIEN

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

Als Frankfurter Maklerhaus fühlen wir uns dem Rhein-Main-Gebiet sehr verbunden. Wenn Sie Ihre Immobilie verkaufen möchten, stehen Ihnen unsere Immobilienmakler (IHK) und geprüften freien Sachverständigen für Immobilienbewertung (PersCert®/WertCert®/DEKRA) in allen Phasen der Vermittlung kompetent zur Seite. Wir sind mit 40 Shops in der Metropolregion Rhein-Main vertreten – und europaweit an über 400 Standorten für Sie da. Kontaktieren Sie uns gern!

Telefon: 0800 - 333 33 09

von Poll Immobilien GmbH | Zentrale Frankfurt
Feldbergstraße 35 | 60323 Frankfurt am Main

Leading REAL ESTATE COMPANIES IN THE WORLD™

www.von-poll.com



FOKUSTHEMA

Sport und Wirtschaft



Gut für das Image

Am 14. Juni beginnt die Fußball-Europameisterschaft der Männer in Deutschland, die Mainmetropole ist einer der Austragungsorte. Die Euro 2024 ist aber längst nicht das einzige sportliche Highlight in der Sportstadt Frankfurt.

Frankfurt ist nicht nur die Hauptstadt des deutschen Fußballs mit dem Sitz von Eintracht Frankfurt, dem Deutschen Fußball-Bund (DFB) und der Deutschen Fußball Liga (DFL), sondern auch Heimat anderer Profiklubs wie der Löwen Frankfurt, der Fraport Skyliners und der Frankfurt Galaxy. Hinzu kommen traditionsreiche Sportevents wie der Radklassiker Eschborn-Frankfurt, Ironman, Frankfurt Marathon sowie das Internationale Festhallen Reitturnier. Diese Highlights des Leistungssports begeistern die Zuschauer und dienen gleichzeitig als Motivation und Inspiration für den Breitensport.

„Die Stadt Frankfurt hat verstanden, dass sich ein hohes Investment in Sportereignisse auszahlt“

Der Sportkreis Frankfurt, die Dachorganisation aller Frankfurter Turn- und Sportvereine, verzeichnete im Januar dieses Jahres einen Zuwachs von 12,3 Prozent und hat nun knapp 293000 Mitglieder. Das sind rund 32000 mehr als bei der letzten Mitgliedererhebung, wodurch der Sportkreis die Liste der mitgliedstärksten Sportkreise in Hessen anführt. Allein über 14000 Sportler in mehr als 50 Sportarten sind in der Eintracht aktiv. Damit ist Eintracht Frankfurt der „weltweit größte Mehrspartensportverein mit einer professionellen Fußballmannschaft“, wie eine Studie belegt.

Verhaltene Vorfreude

Für die Fußballfans unter den gut vier Millionen Einwohnern der Metropolregion FrankfurtRheinMain sind die Voraussetzungen für ein unvergessliches Sportereignis während der Euro 2024 nahezu optimal: Fünf der 51 Spiele werden in der Arena im Frankfurter Stadtwald ausgetragen, und die Stadt Frankfurt lädt an jedem EM-Tag zur Fanmeile am Mainufer ein. Zwei Monate vor dem Großereignis ist jedoch noch keine richtige EM-Stimmung zu spüren. Die Vorfreude in der Bevölkerung, gemessen durch den Vorfreude-Puls der Accadis Hochschule, Bad Homburg, in Zusammenarbeit mit der Frankfurter Neuen Presse, ist bis zum Redaktionsschluss dieser Ausgabe auf niedrigem Niveau – zeigt mittlerweile aber immerhin eine leichte Tendenz nach oben. Dabei korreliert die Vorfreude stark mit den Ticketbewerbungen. Erfolgreiche Ticketinhaber freuen sich logischerweise am meisten, aber auch sie scheinen nicht komplett aus dem Häuschen vor Freude zu sein.



IHK ONLINE

Weitere Infos zur Fußball-EM finden Sie auf der offiziellen Website der Uefa:

www.uefa.com/euro2024

Wird die EM trotzdem auch stimmungsmäßig an den Erfolg der Weltmeisterschaft 2006 anknüpfen können? Das Turnier war damals vor allem von taktischem Spiel und Athletik geprägt. Insbesondere ab dem Achtelfinale gab es relativ wenige Tore. Trotzdem sorgten das vierwöchige Sommerwetter und die Begeisterung von Zuschauern und Gastgebern für eine ausgelassene Stimmung auf den Rängen, beim Public Viewing und im Umfeld der Weltmeisterschaft. In Anlehnung an Heines Gedicht „Deutschland. Ein Wintermärchen“ wird die WM retrospektiv als „deutsches Sommermärchen“ bezeichnet. Unter dem von der Bundesregierung ausgegebenen Motto „Heimspiel für Europa“ und dem Turnierclaim

„United by football. Vereint im Herzen Europas“ soll die Uefa Euro 2024 ebenfalls ein großes Fußballfest werden und zugleich neue Maßstäbe bei der Nachhaltigkeit von Sportgroßveranstaltungen setzen.

Wirtschaftsfaktor Euro 2024

Die wirtschaftliche Bedeutung der Euro lässt sich nüchtern betrachtet anhand von Kennzahlen ablesen. Laut dem Uefa-Finanzbericht 2020/2021 dominieren die Einnahmen aus den Medienrechten, insbesondere aus dem Verkauf der TV-Rechte. Der zweitgrößte Einnahmehereich sind die Verkaufserlöse der kommerziellen Rechte, wobei vor allem die Sponsoringeinnahmen eine Rolle

spielen. Ticketverkäufe und Hospitality haben eine untergeordnete Bedeutung. Insgesamt betragen die Einnahmen der Euro 2020 rund 1,88 Milliarden Euro, etwas weniger als bei der Euro 2016, die mit rund 1,92 Milliarden Euro die bisher höchsten Einnahmen verzeichnete. Dies ist dennoch ein stolzes Ergebnis für die vergangene EM, die unter Pandemiebedingungen in elf Städten stattfand.

Wird sich die Euro 2024 langfristig für Deutschland auszahlen? Professor Florian Pfeffel, Präsident der Accadis Hochschule, hat die Sportgroßveranstaltung aus sportökonomischer Perspektive untersucht und führt viele Faktoren auf, die sich positiv auf die Austragungsorte auswirken (siehe Infokasten, Seite 19). Im Gegensatz zur WM in Katar sind in Deutschland keine großen Investitionen in Stadionneubauten und Verkehrsinfrastruktur erforderlich. Deutschland liegt geografisch in der Mitte Europas und ist von kaufkräftigen Nachbarländern umgeben. Städte wie Frankfurt und Stuttgart, die nicht zu den Topzielen im Freizeittourismus zählen, können normalerweise besonders von den Ausgaben der Fans und Fußballtouristen profitieren.

Anders als bei den Olympischen Spielen in Paris ist auch nicht mit einer besonders großen Abwanderung oder Meidung der Städte aufgrund des Trubels zu rechnen. „Ökonomisch wird sich

Foto: Accadis Hochschule



Prof. Florian Pfeffel, Präsident, Accadis Hochschule: „Ökonomisch wird sich die Euro 2024 kurzfristig wahrscheinlich lohnen, aber keine nachhaltigen Effekte auf das Bruttoinlandsprodukt haben.“

Sportland Hessen



Der Sport ist ein elementarer Bestandteil der Bürgergesellschaft. In Hessen treiben über

2,1 Millionen Menschen Sport in den mehr als 7400 Vereinen, darunter über 830000 Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene im Alter bis 27 Jahre. Das entspricht rund 40 Prozent aller Vereinsmitglieder. Aber auch die über 60-Jährigen sind aktiv: Über 20 Prozent von ihnen sind in Sportvereinen aktiv.

DREI FRAGEN AN



Robert Mangold, Präsident des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbands Hessen, zur Lage des Gastgewerbes im Vorfeld der Uefa Euro 2024

Herr Mangold, wie ist die Stimmung derzeit unter den Betrieben des Gastgewerbes?

Die Stimmung im Gastgewerbe ist angespannt, abwartend, denn wir sind derzeit immer noch real 13 Prozent hinter den Umsätzen von 2019 zurück, insofern aber voller Hoffnung auf ein Sommermärchen 2.0.

Welche Erwartungen hat die Branche, insbesondere in der Host City Frankfurt, hinsichtlich des Fußballturniers?

Wir freuen uns auf ein friedvolles Fest mit Gästen aus vielen Ländern und Kulturen. Auf den Spirit, den Frankfurt im Jahr 2006 für einen Monat entwickelte und der immer noch in bester Erinnerung ist.

Sehen Sie Frankfurt für das bevorstehende Fußballgroßereignis gut gerüstet?

Schon damals hatten Tourismus+Congress Frankfurt und das Atelier Marquardt den besonderen Rahmen für Frankfurt entwickelt. Die Bilder gingen

um die Welt. Ich weiß, dass die beiden Akteure auch dieses Jahr wieder etwas Besonderes vorhaben, was unvergessen sein wird. Das Gastgewerbe Frankfurt ist in den Startlöchern und ist bereit, die vielen Tausend Gäste zu empfangen, zu beherbergen und zu bewirten.

Die Fragen stellte Martin Süß, IHK Frankfurt.

Wärmewende-Spezial: Alles, was Eigentümer jetzt zu Gebäudeenergiegesetz und CO₂-Teilung wissen müssen



Haus & Grund®
Eigentum. Schutz. Gemeinschaft.
Frankfurt am Main

Informieren Sie sich jetzt mit unseren drei kostenfreien Online-Infoveranstaltungen:

Teil 1:
Grundlagen des Gebäudeenergiegesetzes

Teil 2:
Kommunale Wärmeplanung Frankfurt – was Bestandhalter wissen sollten

Teil 3:
Das Gebäudeenergiegesetz und die CO₂-Teilung



**Jetzt
kostenfrei
anschauen:**

haus-grund.org/waermewende

Foto: © Wolfilser | Adobe Stock

die Euro 2024 kurzfristig wahrscheinlich lohnen, aber keine nachhaltigen Effekte auf das Bruttoinlandsprodukt haben“, betont Pfeffel. Aber die zu erwartende Imageaufwertung Deutschlands in der Welt, vier Wochen lang Freude und Begeisterung in den Fanzonen und beim Public Viewing sowie unzählige internationale Begegnungen – das alles kann man nicht mit Geld aufwiegen.“

Heimspiel für Eintracht Frankfurt

Axel Hellmann, Vorstandssprecher von Eintracht Frankfurt, freut sich als Fußballfan auf das bevorstehende Großereignis und findet das allgemeine Lamentieren über den Zustand der deutschen Nationalmannschaft so kurz vor der Heim-EM nicht zielführend. Während der Euro 2024 werde der Fokus der ganzen Welt auf Deutschland liegen, „und wir können zeigen, dass wir leistungsfähig, organisationsstark und weltoffen sind“. Sportgroßveranstaltungen seien in einer Sport- und Wirtschaftsnation wie Deutschland von zentraler Bedeutung und sollten gefördert werden.

„Die Stadt Frankfurt hat verstanden, dass sich ein hohes Investment in Sportereignisse auszahlt, nicht nur finanziell, sondern vor allem auch in Bezug auf das Image“, erinnert Hellmann an die positiven Effekte der WM 2006. Durch den damaligen Umbau des Wald-



Foto: Eintracht Frankfurt

Axel Hellmann, Vorstandssprecher, Eintracht Frankfurt: „Während der Euro 2024 können wir zeigen, dass wir leistungsfähig, organisationsstark und weltoffen sind.“

stadions und die Modernisierung der Infrastruktur konnte ein breiteres Publikum für den Klubfußball gewonnen werden. Jungs und Mädchen entdeckten gleichermaßen ihre Leidenschaft für den Sport. Die Eintracht profitiert noch heute von einem großen Talentpool aus den Jahrgängen 2001 bis 2003, die rund um die Heim-WM aktiv mit dem Fußballspielen begonnen haben. Mit der gestiegenen Attraktivität der neuen

Spielstätte gingen eine höhere Auslastung und eine bessere Stimmung einher. Parallel wurde der Hospitality-Bereich größer und die Vermarktung professioneller.

Im Vorfeld der Euro 2024 hat die städtische Sportpark Stadion Frankfurt Gesellschaft (SSF) erneut große Summen in den Stadionausbau investiert – finanziert von der Stadt, die zu 100 Prozent Eigentümerin der Stadiongesellschaft ist. Im Deutsche Bank Park, wie das Stadion derzeit aufgrund seines Namenssponsors heißt, wurden rund 13000 neue Stehplätze auf der Nordwesttribüne geschaffen. Die Gesamtkapazität wird nach der Europameisterschaft auf 60000 Zuschauer steigen. Dies sind beste Voraussetzungen, um Frankfurt als Austragungsort für weitere hochklassige Sportevents ins Rennen zu schicken. Im nächsten Jahr wird Frankfurt erneut Austragungsort für ein NFL-Spiel sein. Und für die Jahre 2026/2027 bewirbt sich der DFB mit dem Stadion in Frankfurt um die Finals der Europa League.

SPORTVEREINE IN ZAHLEN

Die mitgliederstärksten Frankfurter Sportvereine sind:

- Eintracht Frankfurt hat rund 140 000 Mitglieder, davon drei Viertel in der Fan- und Förderabteilung des Fußball-Bundesligisten.
- Die Turngemeinde Bornheim 1860 ist mit über 29 000 Mitgliedern der größte Turnverein Hessens.
- Über 11 400 Mitglieder zählt die Sektion Frankfurt des Deutschen Alpenvereins.
- Die Frankfurter Turn- und Sportgemeinschaft 1847 hat über 7 300 Mitglieder.
- Die Fraport Skyliners haben über 5 700 Mitglieder.

Quelle: Stadt Frankfurt, <https://frankfurt.de/sportvereine>

Landessportbund Hessen

Die Vereinigung aller hessischen Sportvereine und -verbände hat rund 2,1 Millionen Einzelmitglieder in rund 7 400 Sportvereinen. Dem Landessportbund Hessen gehören 23 Sportkreise und 60 Sportverbände sowie 14 Verbände mit besonderen Aufgaben an. www.landessportbund-hessen.de

Sport als wichtiger Imagefaktor

Stadien haben einen positiven Einfluss auf das Image einer Stadt. Arenen wie der Deutsche Bank Park im Süden Frankfurts werden zu Wahrzeichen und locken zusätzliche Besucher mit Führungen an. Zudem sind Namensrechte für Stadien äußerst attraktiv. Die Vereinskassen werden nicht nur durch Sponsoren auf Trikots oder Werbebanden gefüllt, sondern vor allem auch durch Namenspartner. In der Saison 2021/22 erhielten die Bundesligavereine für den Verkauf der Stadionnamensrechte zwischen einer halben und sechs Millionen Euro pro Saison (die Deutsche Bank zahlte 5,5 Millionen Euro an Eintracht Frankfurt). Versicherungen und Banken (Allianz, Signal Iduna, Deutsche Bank) sind typische Namensgeber für Arenen.

Hier liegt jedoch das Problem: Das Basketball-Team der Fraport Skyliners und der Eishockey-Klub Löwen Frankfurt können von einer modernen Spielstätte mit ausreichend Sitzplätzen, optimalen Trainingsbedingungen und Sponsorenmöglichkeiten bisher nur träumen. Weder die Eissporthalle am Bornheimer Hang noch die Ballsporthalle in Unterliederbach, die Anfang der Achtzigerjahre eröffnet wurden, erfüllen die Anforderungen heutiger Spielstätten, insbesondere im Bereich der Vermarktung und Einnahmemöglichkeiten. Noch schlimmer ist, dass Frankfurt bei großen Turnieren wie der Handball-EM mittlerweile komplett außen vor ist, da es an einer geeigneten Halle mit VIP-Plätzen und

einem Videowürfel fehlt, auf dem das Spiel verfolgt werden kann.

Multifunktionsarena – die unendliche Geschichte

Die Diskussionen und Planungen für eine neue Arena für Sportereignisse und Großveranstaltungen in Frankfurt reichen bis in die Neunzigerjahre zurück. Frankfurts Oberbürgermeister und Sportdezernent Mike Josef möchte nun Nägel mit Köpfen machen und treibt die Idee einer Multifunktionsarena mit 15 000 Sitzplätzen auf dem Parkplatz P9 am Stadion voran. Der Standort bietet sich an, da bereits Baurecht besteht. Der Rathauschef erkennt mittlerweile, dass es schwierig ist, einen privaten Investor zu finden, der nicht nur die

Halle für 200 Millionen Euro baut, sondern auch zwei Profiteams zu günstigen Konditionen spielen lässt. Gleichzeitig müsste er sich mit Eintracht Frankfurt, dem Hauptmieter des gesamten Geländes, über den Betrieb einigen.

Für Dr. Gunnar Wöbke, geschäftsführender Gesellschafter der Fraport Skyliners, drängt die Zeit: „Ab 2032 ist für die Basketball-Bundesliga eine Halle für mindestens 7 000 Zuschauer vorgeschrieben. Wir brauchen sogar eine Halle für 10 000 Zuschauer, damit wir zukünftig wieder in der Euroleague antreten dürfen.“ In acht Jahren müsse somit eine entsprechend große Halle fertig und bespielbar sein. Für den Profiklub ist der Ausbau der Infrastruktur von großer Bedeutung, da die Fraport Sky-



Foto: Fraport Skyliners

Dr. Gunnar Wöbke, geschäftsführender Gesellschafter, Fraport Skyliners: „Fakt ist, dass wir aufgrund der fehlenden Halleninfrastruktur heute nicht mehr die nötige Wirtschaftskraft haben.“



Stefan Krämer, geschäftsführender Gesellschafter, Löwen Frankfurt: „Wir spielen in der Deutschen Eishockey Liga gegen Milliardäre. Ich würde mir daher wünschen, dass uns die Stadt Frankfurt bei der Sponsorengewinnung hilft.“

liners um den Wiederaufstieg in die Erste Liga kämpfen. Die Ballsporthalle mit einer Kapazität von lediglich 5000 Sitzplätzen, eingeschränkten Park- und Vermarktungsmöglichkeiten und extrem hohen Kosten reicht nicht mehr aus, um ein Budget aufzustellen beziehungsweise Topspieler an den Main zu locken.

Dabei sind Wöbke und sein Team 1999 mit der Zusage der Stadt für eine moderne Multifunktionsarena vom rheinischen Rhöndorf nach Frankfurt gelockt worden, wie sich der promovierte Sportmanager gut erinnert: „Hier sollte für die Olympia-Bewerbung eine moderne Arena von deutlich über 10000 Sitz-

plätzen entstehen. Nachdem die Stadt es nach über 15 Jahren immer noch nicht geschafft hat, ihr Versprechen einzulösen, sind wir selbst losgezogen und haben das nötige Know-how und Eigenkapital organisiert. Doch es gab keine politische Einigung für den Standort am Kaiserlei. Das hat mich tief getroffen und macht mich nach wie vor fassungslos.“

Doch Wöbke gibt nicht auf: „Das Jahr 2024 ist unser Aufbruchjahr. Wir wollen alles tun, um wieder in die Erste Liga aufzusteigen.“ Die Fraport Skyliners wollten zukünftig wieder nationale und internationale Titel gewinnen. „Fakt ist

Betriebssport-Verband Frankfurt

Rund 200 Betriebe mit mehr als 5000 Mitgliedern gehören dem Betriebssportverband Frankfurt an. Unter dem Dach des Vereins können die Mitglieder trainieren und sich in Betriebssport-Turnieren in rund 20 Sportarten messen.

<https://bsv-frankfurt.de> und <https://bsv-hessen.de>

aber, dass wir aufgrund der fehlenden Halleninfrastruktur heute nicht mehr die nötige Wirtschaftskraft haben.“ Deshalb wäre es wichtig, die Pläne für die Multifunktionshalle neben dem Deutsche Bank Park so schnell wie möglich zu realisieren. „Während sich in der Basketball-Bundesliga die Budgets in den vergangenen zehn Jahren durch neue Arenen in den anderen Standorten verdoppelt haben, ist unseres konstant geblieben.“ Aktuell laufen immerhin Gespräche mit der Stadt Frankfurt über die weitere Modernisierung der Süwag Energie Arena (Ballsporthalle). Und: Im Sommer sollen die bereits für die vergangene Saison versprochenen Logen eingebaut werden. Diese sollen die Süwag Energie Arena für die Vermarktungsvermarktung wesentlich attraktiver machen.

Seitdem der bekennende Sportfan Mike Josef als Sportdezernent die offenen Baustellen in der Sportstadt Frankfurt angeht, scheint sich also einiges zu bewegen. Die Klubchefs sind sich einig, dass es in Frankfurt endlich einen Oberbürgermeister gibt, der sich wirklich für den Sport interessiert. In Bezug auf das Thema Multifunktionshalle sind sich die Funktionäre jedoch uneinig. Während Basketballchef Wöbke, Eintracht-Boss Hellmann und Sportdezernent Josef die Stadionlösung bevorzugen, halten die Löwen Frankfurt am Projekt „The Dome“, das von der The Dome Betriebsgesellschaft außerhalb Frankfurts im Raum Hattersheim geplant wird,

EM-SPIELE IN FRANKFURT

- **17. Juni:** Gruppe E, Belgien – Slowakei
- **20. Juni:** Gruppe C, Dänemark – England
- **23. Juni:** Gruppe A, Schweiz – Deutschland
- **26. Juni:** Gruppe E, Slowakei – Rumänien
- **1. Juli:** Achtelfinale

fest. „Wir benötigen mehr Eisflächen, sowohl für unsere Profimannschaft als auch für den Löwen-Nachwuchs. Dafür ist am Stadion und an der Eissporthalle leider kein Platz“, betont Stefan Krämer, geschäftsführender Gesellschafter der Löwen. Eine Weiterentwicklung des Klubs sei nur mit einer neuen Spielstätte und einem modernen Trainingszentrum möglich.

Die Löwen haben sich jüngst den Klüssenerhalt gesichert und werden auch in der kommenden Saison erstklassiges Eishockey anbieten. Dennoch bereitet

Krämer die Sponsorensuche die größten Sorgen. Traditionell arbeitet der Profiklub mit zwei Hauptsponsoren, aber der Platz auf dem Trikot neben Orion ist schon länger unbesetzt: „Wir spielen in der Deutschen Eishockey Liga gegen Milliarden. Ich würde mir daher wünschen, dass uns die Stadt Frankfurt bei der Sponsorengewinnung hilft.“ Die Stimmung und Atmosphäre in der ausverkauften Eissporthalle seien bei jedem Heimspiel herausragend. „Es verwundert mich ein wenig, dass kein einziges städtisches Unternehmen die Löwen unterstützt. In Frankfurt herrscht

Foto: Goetzke Photographie



Jo Schindler, Rennleiter, Mainova Frankfurt Marathon: „In Frankfurt überstrahlt der Fußball alles, wenn es um Sponsoringengagements geht.“

Sportkreise

In den Sportkreisen der Region FrankfurtRheinMain gibt es aktuell rund 6400 Sportvereine, in denen über 1,9 Millionen Mitglieder aktiv sind. Im Sportkreis Frankfurt gibt es etwa 420 Vereine. Das entspricht 57 Sportvereinen je 100000 Einwohner. 252 Sportvereine gibt es im Hochtaunuskreis (107 Vereine je 100000 Einwohner). Der Main-Taunus-Kreis zählt 212 Sportvereine, das sind 90 Vereine je 100000 Einwohner. www.wissensportal-frankfurtrheinmain.de/sportvereine

eine Monokultur im Sport. Jeder interessiert sich nur für die Eintracht und den Fußball. Wir müssen uns dagegen mit Bordinstrumenten behelfen.“

Stadtmarathon mit langer Tradition

Mainova, Hessens größter regionaler Energieversorger, unterstützt seit Jahren Eintracht Frankfurt als strategischer Partner und seit 2016 als Titelsponsor den Mainova Marathon Frankfurt, den ältesten Stadtmarathon Deutschlands. Veranstalter Jo Schindler stellt fest, dass der Fußball in Frankfurt alles überstrahlt, wenn es um Sponsoringengagements geht. Sein Team unterstützt die Uefa beim Volunteer-Programm für Frankfurt, da Schindler und seine Agentur Motion Events über langjährige Er-

 LEIReg



Code scannen & mehr erfahren!

Ist die Handlungsfähigkeit Ihres Unternehmens gefährdet?
Erfahren Sie, wie Sie sich mit dem Legal Entity Identifier (LEI) rechtlich absichern.

www.leireg.de

 eBilanz-Online



Code scannen & mehr erfahren!

Die Abgabefrist Ihrer Bilanzen sitzt Ihnen im Nacken?
Schnell umsetzen, direkt übermitteln und Frist einhalten!

www.ebilanz-online.de

fahrung in der Organisation von Sportgroßevents und der Rekrutierung von Freiwilligen verfügen. In den vergangenen 40 Jahren hat Motion Events nach eigenem Bekunden Hunderttausende Menschen zum Laufen und zu einem gesünderen Lebensstil motiviert.

Für das Rennen Ende Oktober haben sich 13300 Teilnehmer angemeldet, darunter viele Spitzensportler. Die Teilnehmerzahl liegt fast wieder auf dem Niveau von vor der Coronapandemie. Während der Pandemie musste das Rennen zweimal hintereinander abgesagt werden. Dies führte dazu, dass drei wichtige Sponsoren abgesprungen sind und bisher noch nicht ersetzt werden konnten. Zudem fehlen die Einnahmen aus den Teilnehmergebühren, da viele Läufer ihre Gutscheine aus zwei Jahren einlösen, die sie anstelle einer Gebührenerstattung für die ausgefallenen Rennen erhalten hatten. Der Renndirektor schätzt, dass der Sporttourismus rund um den Marathonlauf der Stadt Frankfurt Einnahmen in Höhe von fünf Millionen Euro bringt, die die Läufer und ihre



Foto: Jochen Müller

Matthias Pietsch, Geschäftsführer, Gesellschaft zur Förderung des Radsports: „Wir müssen jedes Jahr Anpassungen des Sicherheitskonzepts vornehmen.“

DREI FRAGEN AN



Holger Reuter, Geschäftsführer, Kur- und Kongreß-GmbH Bad Homburg, über die Bad Homburg Open, das offizielle Rasen-Vorbereitungsturnier der Damen für Wimbledon. Es findet diesmal vom 22. bis 29. Juni statt.

Herr Reuter, welche Bedeutung haben die Bad Homburg Open für die Kurstadt?

Sie gehören ganz klar zu den größten Damen-Tennisturnieren in Deutschland. In den vergangenen drei Jahren waren immer die Weltranglistenersten in Bad Homburg am Start. Es macht uns stolz, dass es gemeinsam mit der Stadt Bad Homburg und Perfekt Match gelungen ist, eine solche Veranstaltung zu etablieren.

Mit welchem Programm wollen Sie der parallel stattfindenden Fußball-EM Konkurrenz machen?

Ich sehe uns da in keinem Konkurrenzkampf. Vielleicht kommt ja auch der ein oder andere Fußball-Nationalspieler vorbei und schaut beim Tennis zu – wer weiß. Für die Besucher vor Ort wird es auch in diesem Sommer ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm mit Sommerfest-Atmosphäre geben.

Wird das Tennisturnier auch noch in den nächsten Jahren in Bad Homburg ausgetragen werden?

Durch die Aufwertung des Turniers von der 250er- in die 500er-Klasse dürfen sich die Tennisfans erst einmal für die nächsten sechs Jahre auf großartige Turniere mit Spitzensportlerinnen freuen.

Die Fragen stellte Martin Süß, IHK Frankfurt.

Begleiter für Restaurants, Hotels, Verkehrsmittel und andere Ausgaben rund um den Wettkampf ausgeben.

Sicherheit als Kostenfaktor

Der größte Aufwand und Kostenfaktor für die Organisatoren ist das Thema Sicherheit. „Das ist ein Fass ohne Boden. Absolute Sicherheit kann es nicht geben. Gemeinsam mit der Stadt Frankfurt und den beteiligten Behörden müssen wir jedes Jahr neu abwägen, welche Maßnahmen sinnvoll und machbar sind, ohne die Kosten ins Unermessliche zu treiben und das Flair des Rennens zu gefährden.“ Die Sicherheit von Fahrern, Teams, Zuschauern und Streckenposten ist auch für Matthias Pietsch, Veranstalter des Radklassikers Eschborn-Frankfurt, von großer Bedeutung. Das Rennen findet seit 1962 immer am 1. Mai statt. Die Sorge vor einem Unfall mit einem Auto in einer Menschenmenge entlang der Strecke oder einem möglichen Anschlag beschäftigt die Organisatoren und die Behörden seit der Absage des Rennens vor neun Jahren, als ein möglicherweise islamistischer Anschlag vereitelt wurde. „Wir müssen jedes Jahr Anpassungen des Sicherheitskonzepts vornehmen. Zusätzlich ändern sich bei jedem Rennen die Gegebenheiten entlang der Strecke, die Stromversorgung muss immer wieder neu organisiert und ein Heer von 500 Streckenposten koordiniert werden.“

Die Gesellschaft zur Förderung des Radsports, die eigens für das Frankfurter Radrennen gegründet wurde, gehört seit einigen Jahren zur französischen Amaury Sport Organisation (ASO). Für das Rennen im nächsten Monat haben sich wieder rund 8000 Hobbyfahrer und die Teams der Worldtour angemeldet. Pietsch ist froh, dass Eschborn-Frankfurt das erste sportliche Großereignis des Jahres ist und noch vor der Euro 2024 stattfindet. So sind er und sein Team von den Planungen für das Fußballereignis nicht unmittelbar betroffen und der Radklassiker wird einmal mehr die volle Aufmerksamkeit der Medien und der sportbegeisterten Öffentlichkeit bekommen.



DIE AUTORIN



Karen Gellrich

Journalistin, Frankfurt

info@karen-gellrich.de

Die Europameisterschaft als Wirtschaftsfaktor

Die Sports Management Research Group der Accadis Hochschule, Bad Homburg, und der Frankfurter Energieversorger Mainova haben gemeinsam eine sozioökonomische Studie zur Fußball-Europameisterschaft gestartet. Dabei wurden sowohl die Erwartungen als auch die Auswirkungen der Uefa Euro 2024 in der Metropolregion FrankfurtRheinMain untersucht. Hier die zentralen Ergebnisse:

- 31 Prozent der Befragten sehen Frankreich und 25 Prozent Deutschland als Europameister.
- 41 Prozent der Bevölkerung wollen die Fußball-Europameisterschaft intensiv oder sehr intensiv verfolgen, auch wenn sich die Mehrheit der Befragten (53 Prozent) bislang tendenziell noch nicht gut informiert fühlt (Stand: Anfang März).
- Im Durchschnitt plant jeder Bewohner der Metropolregion 15 Spiele live zu verfolgen – sei es am Radio oder Fernseher, beim Public Viewing oder im Stadion. Darunter sind 24 Prozent, die sich gar kein Spiel live anschauen wollen, und zehn Prozent höchst engagierte Fans, die planen, 40 oder mehr Spiele zu verfolgen.
- Sechs Prozent geben an, bewusst den Zeitraum der Euro zu nutzen, um in den Urlaub zu fahren.
- Dass die Uefa Euro 2024 ökologisch nachhaltig ausgerichtet wird, ist 55 Prozent der Bevölkerung wichtig. Weitere 30 Prozent sind zu dieser Fragestellung unentschieden.
- Auch wenn der eng von sportlichen Erwartungen geprägte Vorfriede-Puls noch gering ist, werden einzelne Aspekte des Events bereits positiv gesehen: 43 Prozent der Befragten freuen sich beziehungsweise freuen sich sehr über die internationalen Gäste, die ins RheinMain-Gebiet kommen. 57 Prozent glauben, dass die Euro einen positiven oder sehr positiven Einfluss auf das Lebensgefühl in der Region hat.
- 43 Prozent sind glücklich oder sehr glücklich, dass Frankfurt Host City geworden ist und daher die Europameisterschaft auch hier vor Ort stattfindet.
- 54 Prozent glauben, dass die Euro einen positiven Einfluss auf das Image der Region als Tourismusdestination hat. 30 Prozent sehen sogar positive Effekte auf die Region als Wirtschaftsstandort.

Die Ergebnisse der Studie können Sie hier nachlesen:



Vorfriede-Puls

Um besser zu verstehen, wie die Bevölkerung der Metropolregion FrankfurtRheinMain auf die bevorstehende Uefa Euro 2024 blickt und was sie von dem Event erwartet, befragt die Sports Management Research Group der Accadis Hochschule die Bürger unter anderem, wie groß ihre Vorfriede ist, wie intensiv sie das Event verfolgen möchten und wer Europameister wird. Ziel ist es, die Perspektive der Bewohner im Vorfeld der Euro 2024 zu erheben – auch um sie später mit den Befragungen während und nach der Europameisterschaft zu vergleichen. Hier geht's zum Fragebogen:



Mega-Event für Pferdefans

Das Internationale Festhallen Reitturnier Frankfurt, das im vergangenen Jahr zum 50. Mal stattfand, ist untrennbar mit der Familie Linsenhoff-Rath verbunden. Drei Reitergenerationen haben dort sportliche Erfolge gefeiert, inzwischen ist die Familie auch Veranstalter des Events.



Foto: Jochen Müller

Ann Kathrin Linsenhoff, Olympiasiegerin, und Matthias Alexander Rath, Geschäftsführer, Schafhof Connects: „Als Familie haben wir 2019 entschieden, das Internationale Festhallen Reitturnier in Eigenregie zu übernehmen.“

Auch wenn Ann Kathrin Linsenhoff ihren größten sportlichen Erfolg bei den Olympischen Spielen 1988 in Seoul feierte, als sie mit der deutschen Dressur-Equipe die Goldmedaille gewann, hat die 63-Jährige dennoch eine ganz besondere Beziehung zum Internationalen Festhallen Reitturnier Frankfurt. „Ich habe meine Mutter auf Turniere begleitet und war schon von klein auf auch in der Gudd Stubb dabei“, erzählt die 63-Jährige. „Wenn die Größen des Reitsports zur Siegerehrung einritten,

durfte ich als Schleifenmädchen mithelfen.“ Und in der Festhalle verabschiedete sich Linsenhoff, die dort zweimal den Grand Prix de Dressage gewonnen hatte, mit einem Showact auf ihrer Lieblingsstute Wahajama-Unicef in 2009 vom Profisport und von ihrem Publikum.

Tradition und Emotion

Ihr Großvater Adolf Schindling, Frankfurter Fabrikant und Gestütsbesitzer, sowie

ihre Eltern Fritz und Liselott Linsenhoff, zweifache Olympiasiegerin im Dressurreiten, waren bis Anfang der Siebzigerjahre schon Mitveranstalter des Reit-events, das der Unternehmer und Dressurreiter Josef Neckermann in 1955 begründet hatte. Nachdem das Festhallen Reitturnier dann fast 20 Jahre nicht mehr ausgetragen worden war und die Veranstalter in Folge mehrfach wechselten, stand es 2003 abermals vor dem Aus. „Mein Mann und ich haben uns da-



KONTAKT

Schafhof Connects

Schwalbacher Straße 1
61476 Kronberg
Telefon 061 73/92160
E-Mail connects@schafhof.com
<https://schafhof-connects.com>

für eingesetzt, dass es weitergeht“, erinnert sich Linsenhoff. „Als Familie haben wir 2019 entschieden, das Event in Eigenregie zu übernehmen.“

Hessen sei zwar kein Pferdeland wie etwa Oldenburg, Niedersachsen oder Westfalen, wo es eine deutlich höhere Dichte an Züchtern und Reitern gebe als in Hessen, sagt Matthias Alexander Rath, Linsenhoffs Stiefsohn und Turnierleiter. „Aber im RheinMain-Gebiet ist die Pferdebegeisterung dennoch groß, immerhin zählt das fünftägige Event rund 50000 Zuschauer.“ Neben dem Wiesbadener Pfingstreitturnier sei das Internationale Festhallen Reitturnier Frankfurt die Reitveranstaltung in Hessen schlechthin, betont Linsenhoff: „Es ist Tradition, aber auch Emotion.“

Regionaler Fokus

Unter der Ägide der Familie Linsenhoff-Rath hat sich einiges geändert. „Natürlich steht bei einem internationalen Reitturnier der Leistungssport an erster Stelle“, so Rath. „Durch verschiedene Programmpunkte und Aktionen wollen wir die Menschen der Region aber verstärkt einbinden.“ Das Festhallen Reitturnier sei mittlerweile ein vorweihnachtliches Event für die ganze Familie. „Der Schaukampf der hessischen Reitvereine ist Vereinsleben pur und das ist so wichtig für unsere Gesellschaft“, betont Linsenhoff. Prämiert werde zudem das beste Schulpferdekonzert Hessens; dieser Wettbewerb wird vom hessi-

schen Innenministerium gemeinsam mit dem Pferdesportverband Hessen ausgeschrieben. Im Reitsport können sich die meisten kein eigenes Pferd leisten und lernen daher auf Schulpferden. „Bei diesem Preis geht es nicht nur darum, die tollen Konzepte der Reitvereine vorzustellen, die jungen Menschen diesen faszinierenden Sport und die Begegnung mit Pferden ermöglichen, sondern auch den Reiternachwuchs zu fördern.“

Das Lila Pferd

Botschafter des Internationalen Festhallen Reitturniers ist seit 2016 ein lebensgroßes violettes Pferd aus Kunststoff. Prominente Reiter und Persönlichkeiten können durch goldene Handabdrücke auf dem Lila Pferd die Charity-Aktion „Hand in Hand für die Region“ unterstützen. „Der Erlös fließt in die Linsenhoff-Stiftung, die regionale Bildungs- und Integrationsprojekte unterstützt.“ Eine weitere Stiftung, die Ann-Kathrin-Linsenhoff-Stiftung unter dem Dach von Unicef, setzt sich hingegen seit über 20 Jahren weltweit für Kinder in Not ein. „Ich habe das große Glück, so privilegiert leben zu dürfen“, sagt Linsenhoff. „Und wenn es einem so gut geht, muss man anderen, benachteiligten Menschen davon etwas abgeben.“ Das hätten ihr Großvater und ihre Mutter schon vorgelebt. Die beiden Stiftungen von Liselott Linsenhoff wirken über ihren Tod hinaus und unterstützen bis heute junge Talente im Dressursport.

Der Name ist Programm

Organisiert wird das Internationale Festhallen Reitturnier von der Eventagentur Schafhof Connects. „Das Unternehmen haben wir zunächst aus Versicherungsgründen für die Unicef-Festivals auf unserem Familienbesitz Gestüt Schafhof gegründet“, so Rath, der parallel zu seiner sportlichen Karriere als Dressurreiter in Frankfurt Betriebswirtschaft studiert hat. Neben dem Festhallen Reitturnier seien noch das Sichtgurtturnier sowie das Dressurfestival

für Nachwuchspferde auf dem Schafhof hinzugekommen. „Das ehemalige Unternehmen Oceanside haben wir in Schafhof Connects umbenannt, unsere Werte kommen darin deutlicher zum Ausdruck“, sagt der 39-Jährige. „Der Schafhof verbindet, bringt regional und international Menschen und Pferde zusammen.“ Mit der Organisation des Internationalen Fürst Joachim zu Fürstenberg Gedächtnisturniers ist heuer erstmals eine externe Veranstaltung hinzugekommen: „Jetzt connected es auch Richtung Donaueschingen“, lacht Rath. „Der Unternehmensname passt immer besser zu uns.“



IHK ONLINE

Das Internationale Festhallen Reitturnier Frankfurt findet vom 18. bis 22. Dezember statt. Weitere Infos:

<https://festhallenreitturnier-frankfurt.com>



DIE AUTORIN

**Petra Menke**

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

Training mit Strom

Das Unternehmen Myostyle aus Frankfurt-Sachsenhausen macht das Muskeltraining mittels elektrischer Impulse von zu Hause aus auch ohne Personal Trainer möglich.

Die unternehmerische Reise von Diba Nazar-Czaplinski schien in den zurückliegenden Monaten ihren vorläufigen Höhepunkt zu erreichen. Die Gründerin und Geschäftsführerin von Myostyle war in den vergangenen neun Jahren im Mittleren Osten, insbesondere in Dubai, Oman, Kuwait und Katar, unterwegs und hat diverse EMS-Studios aufgebaut. Nun ist sie stolz darauf, endlich ihre eigene Entwicklung made in Germany vorzustellen. „Ich wollte ein EMS-System schaffen, das nicht nur gewinnbringend für die Hersteller, sondern vor allem kundenfreundlich und sicher für die Anwendung zu Hause ist.“

Trend EMS-Training

EMS steht für Elektro-Myo-Stimulation, wobei „Myo“ vom altgriechischen „Myo“ – Muskel – abgeleitet ist. Beim EMS-Training geht es darum, die Muskulatur mittels elektrischer Impulse gezielt anzusteuern und zu stimulieren. Die Trainingsmethode ist auch unter



Foto: Stefan Krutsch

Diba Nazar-Czaplinski, Geschäftsführerin, Myostyle: „Wir möchten mit unserem Angebot Menschen erreichen, die keine Lust oder Zeit haben, ein EMS-Studio zu besuchen.“

dem Namen „Reizstromtherapie“ bekannt und die Anzahl der EMS-Studios ist in jüngster Zeit auch in Deutschland explodiert. Laut Nazar-Czaplinski gilt Deutschland sogar als das Geburtsland des heutigen EMS-Trainings für den Breitensport, und genau hier liegt das tiefe Wissen über den „Heilstrom“.

Diese Entwicklung möchte Myostyle nun fortsetzen. „Das Besondere an unserem System ist, dass die Elektroden in unserem Anzug den Strom nicht – wie bei anderen EMS-Systemen üblich – über den Herzmuskel leiten. Das macht das Training sicherer, besonders für Menschen, die durch gesundheitliche Probleme eingeschränkt sind“, betont die Gründerin.

Zudem soll das EMS-Training mit mittelfrequenterem Strom tiefenwirksam und deutlich effizienter wirken.

Effizientes Training

Nazar-Czaplinski wurde als eines von sechs Geschwistern in Afghanistan geboren und wuchs zunächst in Kabul auf. Aufgrund des Krieges im Jahr 1979 fand sie seit 1980 in Deutschland ihre neue Heimat. So musste sie einige familiäre Widerstände überwinden, bevor sie nach einer Ausbildung als Schneiderin/Textilchemie ihre Karriere als Fitness- und Ernährungsberaterin begann. Seitdem war sie am Aufbau von 21 EMS-Studios weltweit beteiligt und möchte nun ganz be-



KONTAKT

Myostyle

Darmstädter Landstraße 125
60598 Frankfurt
Telefon 069/24 75 58 20
E-Mail info@myostyle.de
www.myostyle.de

SPORT UND WIRTSCHAFT

sondere Zielgruppen erreichen. „Wir möchten mit unserem Angebot die 83 Prozent der Menschen erreichen, die keine Lust oder Zeit haben, ein EMS-Studio zu besuchen.“ Als Zielgruppe gelten zum Beispiel Mütter, die Familie und Job jonglieren, Menschen mit körperlichen Problemen oder diejenigen, die keine Standardgrößen tragen.

Neben dem eigentlichen Muskelaufbau kann das EMS-System von Myostyle auch zur Rückenkräftigung, zur Hautstraffung oder zur Entspannung und Massage eingesetzt werden. „Bei uns bekommt man nach Bestellung das komplette Trainingspaket nach Hause geliefert“, berichtet die Gründerin. Das Set besteht im Wesentlichen aus dem sogenannten Smart Suit, einem Fitnessanzug mit integrierten Silikon-Karbon-Elektroden, der die Stimulation an 20 angesteuerte Muskelpartien leitet. Den elektrischen Impuls dazu liefert das Steuergerät, das an den medizinischen Gerätestandard DIN EN 60601 angelehnt wurde. Daneben erhalten Kunden den Zugang zu einer App mit unter anderem Video-Anleitungen, Trainings- und Ernährungsplänen sowie Zugriff auf einen Gesundheitsblog.

Betriebliches Gesundheitsmanagement

Nazar-Czaplinski leitet Myostyle aus dem Headoffice in Frankfurt-Sachsenhausen gemeinsam mit ihrem Mann und einem kleinen Verkaufsteam. Hinzu kommen noch externe Teams im Hintergrund im Bereich Produkt- und Appentwicklung sowie Marketing. Zudem besteht eine wissenschaftliche Kooperation rund um das Thema EMS-Training mit verschiedenen Experten aus den Bereichen Unfallchirurgie, Reha und Physiotherapie. Im Bereich des betrieblichen Gesundheitsmanagements kann das EMS-Training auch für Mitarbeiter mit Rückenbeschwerden oder leichten Mobilitätseinschränkungen ein Gewinn sein. Interessierte Firmen sollten ihren Angestellten lediglich einen Trainingsraum zur Verfügung stellen. Myostyle bedient weltweit bereits knapp 200 Kunden. Ginge es nach Nazar-Czaplinski, könnten auch im RheinMain-Gebiet in Zukunft noch ein paar mehr dazukommen.



DER AUTOR



Martin Süß

Referent, Standortpolitik, IHK Frankfurt

m.suess@frankfurt-main.ihk.de

IMMOBILIE DES MONATS

Individuelles Wohlfühlhaus mit idyllischem Garten
KÖNIGSTEIN - FALKENSTEIN
OBJEKT ID: 1641
PREIS: 1.860.000,- EURO



ca. 621 m² ca. 283 m² 6 4 4 2
Verbrauchsausweis, 136 kWh/(m²-a), E, Gas, Baujahr 1992

Haben wir Ihr Interesse für diese einzigartige Immobilie geweckt?

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

Peters & Peters | Sotheby's
INTERNATIONAL REALTY

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

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



Wir freuen uns auf Sie!



MEHRFACH AUSGEZEICHNETER SERVICE



CAPITAL
FOCUS
DIE WELT



SOOTHEBY'S INTERNATIONAL REALTY
1.115 BÜROS 26.500 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

Werbung und die Fußball-EM

Die Fußball-EM ist nicht nur ein großes Sportereignis, sondern auch ein Markenprodukt der Uefa. Für viele Unternehmen stellt sich daher die Frage, ob und wie sie mit der EM werben dürfen.



Philipp Lahm, Turnierdirektor der Euro 2024, und Albärt, Maskottchen der Fußball-Europameisterschaft.

Weitere Infos

- Werben mit der Fußball-Europameisterschaft 2024: www.frankfurt-main.ihk.de/em2024werbung
- Public Viewing: <https://de.uefa.com/euro2024> 🔍 Public Viewing
- Gema: www.gema.de
- Volunteer-Programm: www.euro2024volunteers.com
- Infos der Stadt Frankfurt zur Fußball-EM: <https://frankfurt.de> 🔍 Uefa Euro 2024

Die Fußball-Europameisterschaft 2024 (EM) ist eine Veranstaltung der Union of European Football Associations (Uefa), des Fußball-Dachverbands mit Sitz in Nyon in der Schweiz. Die Vermarktung der kommerziellen Rechte, das heißt Medien-, Marketing-, Lizenzierungs- und Ticketing-Rechte, liegt ausschließlich in den Händen der Uefa. Sie ist Inhaberin etlicher Schutzrechte, die im Zusammenhang mit der EM verwendet werden. Neben dem offiziellen Emblem, den Begriffen „Uefa Euro 2024 Germany“ und „Uefa Euro 2024“ genießen

auch das offizielle Maskottchen Albärt sowie der offizielle Slogan „United by football. Vereint im Herzen Europas“ kennzeichenrechtlichen Schutz.

Lizenzen erwerben

Folge des Schutzes der Marken ist, dass es ausschließlich den offiziellen Uefa-Partnern, Uefa-EM-Sponsoren und regionalen Unterstützern gestattet ist, mit den geschützten Begriffen und Symbolen zu werben. Unternehmen, die weder Partner noch Sponsor sind und mit den geschützten Logos und Marken werben wollen, müssen bei der Uefa hierfür eine Lizenz erwerben. Wer ohne eine solche Lizenz den Absatz seiner Produkte und Dienstleistungen mit Begriffen rund um die EM 2024 bewerben möchte, sollte vor jeder Verwendung derartiger Begriffe rechtlichen Rat einholen. Denn es ist zu erwarten, dass die Uefa die Verletzung ihrer Rechte sehr genau verfolgt.

Eine Werbung unter Bezugnahme auf die EM, seien es Print- oder digitale Medien, kann zulässig sein, wenn die Werbeaussage rein beschreibend ist und nicht gegen die guten Sitten verstößt. Rein beschreibende Angaben sind solche, die zur Beschreibung der Merkmale und Eigenschaften der darunter vertriebenen und beworbenen Waren und Dienstleistungen dienen. Hier einige Beispiele für zulässige Werbung: „Das

Fußballfieber steigt, die Preise fallen: 20 Prozent auf alles während der EM“, „Für jedes geschossene Tor der deutschen Nationalelf erhalten Sie ein Prozent Rabatt auf unser gesamtes Sortiment“, „Fan-Handkäs für 3,50 Euro“, „Während der EM gibt es beim Kauf von drei Paar Schuhe eines umsonst“. Rechtlich unbedenklich sind ebenfalls fußballaffine generelle Werbeaussagen („Fußball in Deutschland“) sowie dekorative Schaufenstergestaltungen mit Fahnen, Fußball-Schaufensterpuppen, Bällen, Toren (ohne offizielle Uefa-Symbole oder -Merchandisingprodukte).

Geschützte Markennamen

Unternehmen sollten hingegen keine offiziellen Marken, Logos oder Embleme der Uefa oder Dritter ohne entsprechende Lizenz verwenden (beispielsweise in der Printwerbung, als mobile Services oder auf Social-Media-Plattformen). Ebenso ist die Verwendung von Uefa-Merchandisingprodukten zur Schaufenstergestaltung untersagt, ebenso die Übernahme des urheberrechtlich geschützten Uefa-Spielplans (die Gestaltung eines eigenen Spielplans ist zulässig). Geschützte Markennamen der Uefa als Teil eines Produktnamens dürfen ebenfalls nicht genutzt werden (zum Beispiel Euro-2024-Fernseher). Hinweise, die den Eindruck erwecken, das Unternehmen sei offizieller Sponsor, Förderer, Unterstützer oder sons-



Clever statt neu!

alle Marken und Preisklassen - USM | Steelcase | Vitra | bene | König+Neurath | Interstuhl uvm.



NEU Interstuhl „Firestone“
(Art. 210109)
399 €*



E-Tische, 120 x 80cm
(Art. 110010+110011)
349 €*



**10%
Rabatt**

[ks-buromobelshop.de](https://www.ks-buromobelshop.de)

bei
Anmeldung
zum Newsletter

KNALLERSAMSTAG
am 04.05.
Tolle Angebote
und Rabatte!

KS Büromöbel GmbH

Wiesenstraße 2 • 64347 Griesheim

☎ 06155 8367-800 → [ks-buromobel.shop](https://www.ks-buromobel.shop) → info@ks-bm.de

Second
Hand
Partner



tiger Partner der Uefa, sind untersagt. Gleiches gilt, wenn der Verbraucher davon ausgehen könnte, es handle sich um offizielle Uefa-Waren beziehungsweise spezielle Europameisterschafts-Produkte (Merchandising-Produkte).

Unternehmen sollten auch keine Hinweise geben oder Aussagen machen, wonach die eigenen Produkte mit Uefa-Produkten vergleichbar seien. Zudem sind Nachahmungen von Produkten der Uefa und ihrer Sponsoren, Förderer und sonstigen Partner unzulässig. Alles in allem ist die Zulässigkeit der jeweiligen Werbung eine Frage des Einzelfalls. Es ist ratsam, vor Veröffentlichung eine eingehende juristische Überprüfung der Zulässigkeit der geplanten Werbung durch einen auf das Wettbewerbsrecht und Marken-/Kennzeichenrecht spezialisierten Rechtsanwalt einzuholen.

Public Viewing

Insbesondere gastronomische Betriebe möchten die Spiele der Fußball-EM im Fernsehen oder auf Großbildleinwänden als Public Viewing anbieten. Auch hierbei gibt es einiges zu beachten. Denn nach dem Uefa-Reglement benötigen Unternehmen für gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltungen (Commercial Public Viewing Events) eine gebührenpflichtige Lizenz der Uefa. Ein gewerblicher Zweck gilt bei einer Public-Viewing-Veranstaltung als gegeben, wenn zum Beispiel für die Vorführung der Übertragung der Spiele der Fußball-EM direkt oder indirekt (Unkostenbeiträge, Mindestverzehr Anforderungen, erhöhte Speisen- und Getränkepreise) Eintrittsgelder verlangt werden und/oder im Zusammenhang mit der Veranstaltung Sponsoring- oder andere gewerbliche Assoziierungsrechte genutzt werden und/oder aus der Veranstaltung in anderer Form ein geschäftlicher Nutzen erzielt wird.

Gema-Gebühren

Für besondere nicht gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltungen (Special Non-Commercial Public Viewing Events) benötigen Unternehmen ebenfalls eine Lizenz, die allerdings nicht kostenpflichtig ist. Dies gilt dann, wenn die nicht gewerbliche Veranstaltung sich an mehr als 300 Zuschauer richtet. Für manche nicht gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltungen (Non-Commercial Public Viewing Events) ist weder eine Lizenz noch eine Gebühr fällig. Dies gilt für Veranstaltungen in „gewerblichen Einrichtungen“ wie Pubs, Klubs und Bars, ohne dass direkt oder indirekt Eintrittsgelder erhoben werden oder Sponsoringaktionen stattfinden, also ohne dass der Veranstalter mit der Veranstaltung einen geschäftlichen Nutzen erzielt. Beim Public Viewing können zusätzliche Gebühren der Gema anfallen. Sie hat für die vergangenen Turniere einen Sondertarif für Public-Viewing-Veranstaltungen im Rahmen der Fußball-EM gewährt. Dieser wird voraussichtlich auch dieses Jahr wieder einige Wochen vor der EM veröffentlicht.



DIE AUTOREN



Dr. Alexander Theiss
Geschäftsführer, Standortpolitik, IHK Frankfurt
a.theiss@frankfurt-main.ihk.de



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

Die Informationen wurden mit freundlicher Unterstützung der IHK München und Oberbayern erstellt.

Unverwechselbar – Nachhaltig

Unsere Idee,
immer ein wenig besser zu sein,
leben wir nicht nur in der Qualität
unserer Drucksachen.

So ist Nachhaltigkeit ein fester Bestandteil
unserer Firmenphilosophie.

Deshalb produzieren wir Ihre Drucksache CO₂-neutral.



Mega-Party am Mainufer

Ein Gespräch mit Thomas Feda, Geschäftsführer, Tourismus+Congress Frankfurt, über die Vorbereitungen der Fanzone anlässlich der Fußball-EM und die Auswirkungen der Uefa Euro 2024 auf Frankfurt.

Foto: Goetake Photographie



Thomas Feda, Geschäftsführer, Tourismus+Congress, Frankfurt: „Wir versprechen uns einen starken Anschlag für das Image und die Außendarstellung der Stadt.“

Herr Feda, wo befinden sich anlässlich der Fußball-Europameisterschaft die Hotspots in Frankfurt?

Der beste Anlaufpunkt wird neben dem Stadion in der Fanzone am nördlichen Mainufer sein. Sie erstreckt sich von der Friedensbrücke bis zum Eisernen Steg. Auf insgesamt zehn Screens können die Fans alle Spiele der Uefa Euro 2024 sehen. Ein Highlight ist der schwimmende Big Screen auf dem Main. Dazu gibt es einen Floating Pitch, ein Fußballkleinfeld auf dem Wasser, und weitere Kleinfeldern zum Kicken am Ufer.

Was hat es mit der Fanzone auf sich?

Die Fanzone ist an allen 31 Tagen der Euro geöffnet und bietet ein buntes Rahmenprogramm: vier Bühnen, temporäres Open-Air-Kino, E-Sport-Angebote. Ein Mediazentrum für die nationale und internationale Presse wird in einem ICE-Waggon auf den Gleisen am Mainufer, mitten in der Fanzone, untergebracht sein. In der Innenstadt gibt es außerdem eine Fanbotschaft an der Hauptwache sowie Fantreffpunkte an der Alten Oper und am Roßmarkt.

Welche sind die größten Herausforderungen beim Umsetzen einer Fanzone?

Die Koordinierung aller Akteure zählt sicherlich zu den zentralen Aufgaben. Neben enger Zusammenarbeit mit der Uefa als Veranstalter der Euro sind Absprachen mit städtischen Stakeholdern und privaten Unternehmen notwendig. Um dieses Ziel bestmöglich zu erreichen, sind wir mit dem gesamten Team von Tourismus+Congress Frankfurt am

Main bereits seit mehreren Monaten im vollen Einsatz.

Sind die Dimensionen der Europameisterschaft 2024 mit denen der Weltmeisterschaft 2006 zu vergleichen?

Die Dimensionen bei der Euro sind mindestens vergleichbar. Allein die Fanzone Mainufer erstreckt sich schon fast über eine ganze Meile auf 1,4 Kilometern Länge. Auch der Big Screen auf dem Wasser hat mit 720 Zoll Größe wieder enorme Ausmaße. Und es können bis zu 30000 Menschen in der Fanzone Mainufer an allen Tagen der Euro feiern.

Welcher Aufwand steckt hinter der digitalen Vermarktung des Events?

Wir verknüpfen in einem umfangreichen Marketingmix digitale mit analogen Vermarktungsmöglichkeiten. Digitale Inhalte werden über unsere Social-Media-Kanäle und unsere Internetseite kommuniziert, aber auch über externe Kanäle.

Welche nachhaltigen Marketingeffekte versprechen Sie sich für die Mainmetropole durch die Europameisterschaft 2024?

Wir versprechen uns einen weiteren, starken Schub für das Image und die Außendarstellung der Stadt. Mit der Euro in Frankfurt stellen wir unsere Metropole im Herzen Europas ins Schau-

fenster für die ganze Welt, weil Bilder rund um den Globus gehen werden. Wir können zeigen, dass wir internationale Sportereignisse können und weit darüber hinaus ein attraktives Reiseziel sind.

Wie können sich Unternehmen an Events und speziell in der Fanzone einbringen?

Wir versuchen gleichzeitig lokale und regionale Unternehmen zu integrieren, etwa durch aktives Erleben und Feiern mit ihrem Team. Ansonsten sind wir natürlich an die Vorgaben der Uefa gebunden.

Gibt es einen besonderen Auftakt zur EM in Frankfurt?

Wir planen eine audiovisuelle Eröffnungsszenenierung an der Flößerbrücke. So viel sei verraten: Bei dieser Licht- und Ton-Choreografie soll die Brücke – mit der Skyline als herausragender Hintergrundkulisse – in den Farben der Euro erstrahlen und durch ein musikalisches Hörspiel mit historischen Fußballkommentaren emotional untermalt werden.

Wie konnte Tourismus+Congress Frankfurt die Uefa davon überzeugen, dass in der Fanzone unbedingt auch Apfelwein ausgeschenkt werden muss?

Apfelwein gehört zu Frankfurt wie das Wasser im Main. Uns fehlt zum jetzigen Zeitpunkt noch das finale Go der Uefa, aber die Signale sind bisher positiv.



INTERVIEW



Martin Süß

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

Profitieren Sie von unseren vielfältigen, praxisnahen Online-Weiterbildungen in Ihrer Branche, damit der nächste Schritt auf der Karriereleiter gelingt.

Geprüfte/-r Betriebswirt/-in

Geprüfte/-r Handelsfachwirt/-in

Geprüfte/-r Industriefachwirt/-in

Geprüfte/-r Veranstaltungsfachwirt/-in

Geprüfte/-r Wirtschaftsfachwirt/-in

Ansprechpartnerin: Judith Naethe
0261 30471-78 | naethe@ihk-akademie-koblenz.de

IHK-Akademie Koblenz e.V. | Josef-Görres-Platz 19 | 56068 Koblenz
www.ihk-akademie-koblenz.de

Beratung und weitere
Informationen:





Metakem



Foto: Metakem

Im Mai feiert das Usinger Unternehmen Metakem sein 50-jähriges Bestehen. Das 1974 von Dr. Friedrich von Stutterheim und Dr. Jörg Wurm in Oberursel gegründete Unternehmen entwickelt und produziert edelmetallhaltige Produkte für die Oberflächentechnik sowie für industrielle Anwendungen. Mit seinem Umzug an seinen heutigen Standort Usingen in 1990 vergrößerte sich das Unternehmen stetig und wuchs von anfänglich einem Mitarbeiter auf zwischenzeitlich 25 Angestellte. Einer der Gründer, Dr. Jörg Wurm, ist bis heute in der Geschäftsleitung des Unternehmens tätig.



ARD Media



Foto: ARD Media

Das Kerngeschäft der ARD Media, die von ihrer Gründung in 1998 (Betriebsbeginn 1. Januar 1999) bis 2021 als ARD-Werbung Sales & Services firmierte, ist die Vermarktung von Werbezeiten der ARD in TV (Das Erste), Audio/Hörfunk und bei ausgewählten privaten Rundfunkanbietern. ARD Media hat ihren Firmensitz in Frankfurt und unterhält darüber hinaus regionale Verkaufsbüros in Hamburg, Köln und München. Ergänzt wird dieses Vermarktungsangebot durch fundierte Werbewirkungsforschung, begleitende Markt-Media-Studien sowie Service-Dienstleistungen rund um das Thema Mediaplanung.



Qori

Das Frankfurter Unternehmen Qori feierte kürzlich sein 25-jähriges Bestehen. Mit über 400 Mitarbeitern ist die von Geschäftsführer Ismail Yasar geleitete Firma in der Metropolregion FrankfurtRheinMain ein führender Anbieter für vielfältige Reinigungsdienstleistungen. Von Unterhaltsreinigung über Glas- und Rahmenreinigung bis hin zu Bau- und Winterdiensten bietet Qori seinen Kunden die passenden Lösungen für Innen- und Außenbereiche.



Blumenauer Consulting



Foto: Blumenauer Consulting

Die Geschichte von Blumenauer Consulting, Immobilien, Bad Soden, beginnt im Jahr 1999, als Harald Blumenauer das Unternehmen gründete. Dies geschah nach dem Verkauf der Firmengruppe Blumenauer Immobilien mit 25 Niederlassungen in Deutschland an eine Versicherung. Seit der Gründung konzentriert sich das Immobilienmakler- und Beratungsunternehmen auf das RheinMain-Gebiet, im Schwerpunkt auf die Vermittlung von Wohnimmobilien im Vordertaunus. Inzwischen ist auch Blumenauers Sohn Timothy in die Geschäftsführung eingestiegen und wird seinen Vater in der Leitung des Unternehmens bald ablösen. Mitte März hat das Unternehmen die Markenrechte „Blumenauer“ und „Blumenauer Immobilien“ zurückerworben. Im Jubiläumsjahr wird es sich umbenennen und zu seinem traditionsreichen Namen „Blumenauer Immobilien“ zurückkehren.

DIENSTJUBILÄUM

25 Jahre

Silke Aberle, Commerzbank, Frankfurt



Whisky Spirits

Foto: Whisky Spirits



Seit der Eröffnung in 1998 befindet sich Whisky Spirits mitten in Frankfurt-Sachsenhausen. Neben einer breiten Auswahl an irischem und schottischem Whisky bietet Inhaber Gregor Haslinger seinen Kunden auch Raritäten, Jahrgangs- und Fass-

stärke-Abfüllungen sowie Miniaturen, Probier- und Geschenksets und Fachliteratur an. Tastings und Events für Whisky-Genießer runden das Angebot ab. 2012 erhielt das Fachgeschäft die Auszeichnung „Germany’s Best Whisky-Shop“ und wurde 2017 zur „Embassy der The Scotch Malt Whisky Society“ ernannt. Seit 2015 führt Whisky Spirits zudem als eigene Kreation den ersten Frankfurter Dry Gin an, der nebst den Wacholderbeeren exklusiv aus den Kräutern der Grünen Soße hergestellt und in Kelsterbach gebrannt wird.

Karl-Heinz Spitz

Seit 25 Jahren führt Karl-Heinz Spitz eine eigenständige Handelsvertretung innerhalb des Eismann Tiefkühl-Heim-

services, nachdem er dort zunächst 15 Jahre als Franchise-Vertriebspartner tätig war. Komplette Mahlzeiten können über den Heimservice des in Mettmann ansässigen Unternehmens ebenso geordert werden wie einzelne Zutaten. Über 700 Tiefkühlspezialitäten bringt Eismann direkt an die Haustür – vom Eis über Gemüse und Obst, Fisch, Fleisch, vegane Produkte, fertige Mahlzeiten bis hin zu exklusiven Kreationen von Starkoch Johann Lafer. Die selbstständigen Vertriebspartner betreuen einen festen Kundenstamm, kennen die individuellen Bedürfnisse und Vorlieben ihrer Kunden und können ihnen dadurch passgenaue Angebote machen und besten Service bieten.



Foto: Eismann Tiefkühl-Heimservices

Sydney
Skopje
Seoul

We are where you are





Foto: Mapp Media

Nico Drago, Geschäftsführer, Mapp Media: „Wir achten darauf, so klimaschonend wie möglich zu produzieren.“

MAPP MEDIA, FRANKFURT

Nachhaltige Filmproduktion

Durch eine Unternehmensnachfolge wird der gelernte Veranstaltungstechniker Nico Drago Geschäftsführer von Mapp Media, einer Filmproduktion aus Frankfurt, die sich nachhaltig aufgestellt hat.

Kino-, Fernseh-, Online- und Video-on-Demand-Produktionen verursachen hohe CO₂-Emissionen und verbrauchen wertvolle Ressourcen. Seit Januar 2022 können sich Institutionen sowie Unternehmen der Film- und Medienbranche aus ganz Deutschland zu ökologischen Mindeststandards bekennen und diese bei ihren Produktionen einhalten, um die CO₂-intensive Filmbranche sukzessive nachhaltiger zu gestalten und zum Klimaschutz beizutragen. Geförderte Filmproduktionen können ihr Engagement durch das neue Label „Green Motion“ sichtbar machen. Mapp Media hat das Green-Motion-

Label mit einer Eigenproduktion als erstes Unternehmen nach Hessen geholt.

Vom Mitarbeiter zum Geschäftsführer

Geschäftsführer der Filmproduktion Mapp Media ist Nico Drago. Neben einer Ausbildung zur Fachkraft für Veranstaltungstechnik hat er seinen Bachelor in Media Production und seinen Master in Media Direction absolviert. Er war für das Frankfurter Unternehmen zunächst einige Jahre als freier Mit-

arbeiter tätig, bevor er 2017 die Unternehmensnachfolge antrat. Von der damaligen Gründerin hat er viel praktisches Wissen vermittelt bekommen. „Ich bin kein gelernter Kaufmann“, auch heute sei noch vieles Learning by doing, lacht er.

Zunächst war Mapp Media eine reine Postproduktionsagentur, die sich ausschließlich mit dem Schnitt, der Farbkorrektur sowie den visuellen Effekten von Film- und Fernsehproduktionen beschäftigt hat. Seit der Übernahme ist das Unternehmen schnell zu einer Full-Service-Agentur herangewachsen, die sich neben der Postproduktion auch dem Entwickeln von Konzepten und Formaten widmet und mit dem Drehen und Produzieren von Filmen beschäftigt. „Da wir kein Nischenanbieter sind, können wir sehr individuell auf die Bedürfnisse unserer Kunden eingehen, indem wir uns aus unserem breiten Portfolio bedienen“, sagt Drago.

Ausbildung wird großgeschrieben

Mittlerweile ist das Team auf neun Angestellte angewachsen. Diese arbeiten in den Bereichen Kreation und Producing, Projektmanagement sowie Produktion und Postproduktion. Für größere Aufträge bedient sich Mapp Media an einem Netzwerk aus freien Mitarbeitern. Daneben bildet die Agentur auch aus. „Ich bin besonders stolz darauf, dass wir bereits fünf junge Menschen ausbilden durften“, sagt Drago. Der Großteil seiner Kunden kommt aus der Region FrankfurtRheinMain. Durch seine italienischen Wurzeln und die unterschiedlichen Nationalitäten in seinem Team kommen aber immer mehr internationale Kunden hinzu.

Akquise musste Mapp Media bisher wenig betreiben, da sich ihre Arbeit unter den Kunden und potenziellen Interessenten schnell herumgesprochen hat. Dennoch ist der jüngste Zuwachs in Dragos Team eine Verstärkung im Bereich Sales und Marketing. „Da wir eine bestimmte Größe erreicht haben und die Vorstellungen und auch der Zeitaufwand der einzelnen Produktionen sehr unterschiedlich sind, sind wir froh nun eine solche Schnittstelle zu haben“, so Drago. Image- und Pro-

duktfilme machten einen großen Teil der aktuellen Aufträge aus. Infolge des Fachkräftemangels seien derzeit Produktionen mit dem Schwerpunkt Employer Branding und Recruiting gefragt. Kulturell ist Mapp Media an Produktionen in den Bereichen Dokumentarfilm, Wissen, Kinder, Musik und Fiktion beteiligt.

Mit gutem Beispiel vorgehen

Die Full-Service-Agentur unterscheidet sich in einem Punkt von den meisten Mitbewerbern. „Die Themen Nachhaltigkeit und gesellschaftlicher Mehrwert sind uns sehr wichtig und deshalb achten wir darauf, so klimaschonend wie möglich zu produzieren“, so der Geschäftsführer. Dafür wurde ein eigenes Umweltmanagementsystem implementiert, Mapp Media beschäftigt eine hauseigene Green Consultant und ist zudem auf dem Weg zur Emas-easy-Zertifizierung. Außerdem hat Drago es sich zum Ziel gesetzt, bei allen Kunden mindestens zwei Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen (SDG) abzudecken. „Nachhaltigkeit soll einen noch höheren Stellenwert bei uns allen bekommen, damit wir noch viele Jahre auf unserem schönen Planeten zusammenleben können“, wünscht er sich.



KONTAKT

Mapp Media
 Oeder Weg 34
 60318 Frankfurt
 Telefon 069/91 509900
 E-Mail hello@mapp-media.com
www.mapp-media.com



DIE AUTORINNEN



Elisa Pohland
 Leiterin, Kompetenzzentrum Nachhaltigkeit, IHK Frankfurt
e.pohland@frankfurt-main.ihk.de



Daniela Paul
 Referentin, Kompetenzzentrum Nachhaltigkeit, IHK Frankfurt
d.paul@frankfurt-main.ihk.de

Beratung ist das A und O

Vieles ist geschehen, seit der Rat der Freien Reichsstadt Frankfurt der Schwanen-Apotheke vor über 600 Jahren das Apothekerprivileg verliehen hat. Das traditionsreiche Unternehmen wird inzwischen von Inhaberin Vesna Rönsch geleitet.

Frankfurts älteste Apotheke blickt auf eine lebhaftere Vergangenheit zurück. Seit Gründung der Schwanen-Apotheke anno 1423 in bester Innenstadtlage an der Ecke Römerberg/Neue Kräme, wechselte sie im Lauf ihrer 600-jährigen Geschichte mehrfach Standort und Besitzer, überstand Kriege und Revolutionen und wurde zum stillen Zeitzeugen des Aufstiegs der ehemals Freien Reichsstadt Frankfurt im späten Mittelalter mit einst 10000 Einwohnern zu einer der bedeutendsten Metropolen und Finanzplätze Europas mit heute etwa 800000 Einwohnern.

Stammhaus in der Altstadt

Im Jahr 1878 wurde die Apotheke in die Friedberger Anlage 9 verlegt. Bei einem Luftangriff wurde dieses Gebäude 1943 zerstört und knapp ein Jahr später im Sandweg gegenüber dem Standort der heutigen Apotheke wiederaufgebaut. 1986 wechselte sie abermals ihren Sitz und zog in das seinerzeit gerade im Bau befindliche Geschäftshaus auf der gegenüberliegenden Straßenseite um, wo sie sich seither befindet. Ihren Namen verdankt die Apotheke dem Stammhaus in der heutigen Frankfurter Altstadt, in dem sie die ersten 450 Jahre untergebracht war. Es erinnert an die Zeit, in der viele Schwäne auf dem Main schwammen.

Inhaberin Vesna Rönsch, erst die zweite Frau unter den Eigentümern in der langen Geschichte des Unternehmens,



Foto: Goetzke Photographie

Vesna Rönsch, Inhaberin, Schwanen-Apotheke: „Die weiter zunehmende Bürokratie, der die Apotheken heute ausgesetzt sind, stellt eine kaum zu bewältigende Belastung dar.“

war zuvor in anderen Apotheken angestellt und hat sich bewusst für die Selbstständigkeit entschieden. Sie wollte nicht irgendeine Apotheke, sondern eine besondere. Nach langer Suche kam sie auf die Schwanen-Apotheke zu und kaufte sie. Diese Entscheidung hat sie nicht bereut. Im Gegenteil: Sie ist sich der bewegten und traditionsreichen Geschichte ihres Betriebes sehr bewusst: „Schon beim Kauf der Apotheke war mein Gedanke, die Tradition fortzuführen und nicht aussterben zu lassen. Ich hoffe, dass die Apotheke noch min-

destens weitere 600 Jahre für ihre Kunden da sein wird.“

Zunehmende Bürokratie belastet

Rönsch ist Apothekerin mit Leib und Seele. Seit der Übernahme der Apotheke im Jahr 2010 hat sie viel investiert: 2017 erfolgte ein Umzug innerhalb des Hauses im Sandweg 1 in komplett renovierte und neu eingerichtete Räume. Die wichtigste Anschaffung war im Jahr 2021 ein Automat, der seitdem die Ein- und Ausgabe der Medikamenten-

Foto: privat



KONTAKT

Schwanen-Apotheke

Sandweg 1
60316 Frankfurt
Telefon 069/43 1525
E-Mail roensch@schwanen-apotheke-ffm.de
<https://schwanen-apotheke-ffm.de>

packungen komplett übernimmt. „Der Bedarf an Digitalisierung in der Apotheke steigt stetig, beispielsweise sind seit der Einführung der elektronischen Rezepte neue Programme notwendig“, erzählt sie. Die E-Rezepte seien eine Erleichterung, so Rönsch. „Aber die weiter zunehmende Bürokratie, der die Apotheken heute ausgesetzt sind, stellt eine kaum zu bewältigende Belastung dar.“

Auch der Fachkräftemangel ist als Problem in der Branche angekommen. „Das Pharmaziestudium ist sehr aufwendig, aber auch die Berufsausübung in der Apotheke“, so Rönsch. Im Einzelhandel komme es vor, dass man pro Woche an bis zu sechs Tagen arbeiten müsse. „Das ist sehr anspruchsvoll und schreckt viele Bewerber ab.“ Deshalb gingen viele Absolventen lieber in die

Industrie, wo sie auch besser bezahlt würden.

Digitalisierung als Chance

Im Apothekerberuf ist die Beratung der Kunden unverzichtbar. Vor allem über die Wechselwirkungen zwischen Ernährung und Arzneimitteln, aber auch der Arznei- und Heilmittel untereinander herrscht viel Unwissenheit, sodass die Menschen auf den fachlichen Rat des Apothekers angewiesen sind. Gerade in diesem Bereich, der Ernährungsberatung, sowie in der Herstellung bestimmter Arzneimittel nach ärztlicher Verordnung, vor allem Kapseln oder Cremes für Kinder, hat sich die Schwanen-Apotheke spezialisiert.

Rönsch fühlt sich geehrt, Apothekerin im Dienst der Menschen zu sein und berät ihre Kunden gern. Das Wachstum der Online-Apotheken macht ihr keine Angst. „Man darf nicht vergessen, welche wichtige Rolle die Apotheken vor Ort in der schwierigen Phase der Coronapandemie gespielt haben, nahe bei den Menschen“, sagt sie. Dem weiteren Voranschreiten der Digitalisierung steht die Apothekerin offen gegenüber. Weitere Investitionen in diesem Bereich schließt sie nicht aus: „Man muss immer mit der Zeit gehen.“



DIE AUTORIN



Dr. Noemí Fernández Sánchez

Referentin, Standortpolitik,
IHK Frankfurt

n.sanchez@frankfurt-main.ihk.de

ATU – IHR KOMPETENTER PARTNER FÜR ELEKTROMOBILITÄT!

WIR SIND
AUCH FÜR IHRE
**ELEKTRO-
FLOTTE**
DA!



PROFESSIONELLE FLOTTENLÖSUNGEN FÜR ALLE UNTERNEHMENSGRÖSSEN

Für die individuellen Anforderungen Ihrer Flotte stehen wir Ihnen gerne zur Seite:

Hotline: **+49 (0)961 63186666**
Internet: atu-flottenloesungen.de

Mehr Infos zur Elektromobilität:



ATU

Flottenlösungen

KARL DENGLER, FRANKFURT

Arbeitsschutz von Kopf bis Fuß

In zweiter Generation führen Matti und René Dengler das Familienunternehmen Karl Dengler, das inzwischen in Frankfurt seinen Hauptsitz hat. Der technische Großhandel vertreibt Produkte und Logistik für Industrie, Handwerk, Gewerbe und Bau.



Matti Dengler, Geschäftsführer, Karl Dengler: „Bei uns berät der Chef auf gerne mal persönlich.“

Im Juni 1967 in Kalbach als technische Großhandlung für Industrie und Handwerk von Karl Dengler gegründet, agiert das gleichnamige Familienunternehmen auch heute noch im Bereich technischer Systemlieferanten für Industrie und Handwerk. Mittlerweile ist das Unternehmen gewachsen und verfolgt neben dem Vertrieb von Arbeits- und Schutzkleidung einen kun-

denzentrierten Ansatz. Geleitet wird das Unternehmen von Geschäftsführer Matti Dengler, Fachwirt für Kommunikation und Marketing, und seinem Bruder René.

„Haben wir nicht gibt's nicht“

Schon mit 18 Jahren fuhr Matti Dengler phasenweise in den Ferien an fünf Ta-

gen pro Woche Waren für den Familienbetrieb aus. Einige Jahre später und schon früh nach dem Einstieg ins Unternehmen beschäftigte er sich dann zunehmend mit dem Aufbau von Kunden- und Artikeldatenbanken – bis heute essenzielle Instrumente des Unternehmens. Neben der Digitalisierung basiert der Erfolg des Unternehmens vor allem auch auf der Pflege und dem Ausbau persönlicher Kundenkontakte. Die Unternehmensstrategie wurde über die Jahre zu einem 360-Grad-Modell optimiert. „Für unsere Kunden soll es so einfach und angenehm wie möglich sein“, betont Dengler.

Shop-in-Shop-Modell

Ziel des Modells ist es, Prozessabläufe in Einkaufsketten von Großkunden zu vereinfachen, möglichst viele Waren und Dienstleistungen aus einer Hand anzubieten und sich so den Bedürfnissen der Betriebe anzupassen. Weniger Bürokratie auf Kundenseite, mehr Aufgabenpotenzial auf der Händlerseite. „Haben wir nicht gibt's nicht, ist der Leitsatz unseres Unternehmens.“ Um den Erfolg dieses Konzepts zu wahren, sind aus Denglers Sicht ein hohes Maß an Zuverlässigkeit, Flexibilität und Schnelligkeit gefragt.

Sowohl die für einzelne Großkunden hinterlegten Produktsortimente als auch das Dienstleistungsportfolio werden ständig aktualisiert und erweitert. Neben Gütern aus den Katego-

rien Arbeitsschutz, Workwear und persönliche Schutzausrüstung, womit das Unternehmen etwa 50 Prozent seines Umsatzes erwirtschaftet, listet der Produktkatalog von Besen und Schippen über Stifte und Büromaterial bis hin zu Teppichen und Werkzeug viele weitere Artikel, die im Industriebetrieb gefragt sind. Hinzu kommen sonstige, nicht gelistete Waren, welche im Auftrag der Kunden ebenfalls beschafft werden: „Vom Rattan-Geschenkkorb bis hin zur High-End-Überwachungskamera haben wir schon alles besorgt.“ Das Unternehmen betreibt inzwischen fünf Shops an verschiedenen Standorten in Deutschland. Hierbei liegt der Fokus auf einem Shop-in-Shop-Modell, welches die Versorgung des Kunden direkt an dessen Firmenstandort sicherstellt.

Im Jahr 2009 verlegte das Unternehmen Karl Dengler seinen Hauptsitz von Oberursel nach Frankfurt/Nieder-Eschbach. Am neuen Standort wurde zugleich ein neues Logistikcenter mit angeschlossenem Ladenlokal eröffnet, in welchem auch eine persönliche Beratung angeboten wird. „Hier berät der Chef auch gerne mal persönlich“, lacht Dengler. Am Standort FrankfurtRheinMain schätzt er vor allem die verkehrsgünstige Lage, die in der

Branche der Zulieferer eine sehr wichtige Rolle einnimmt. Als Herausforderung sieht er die Stagnation beziehungsweise den Schwund an Industrie- und Handwerksbetrieben in der Metropolregion, die traditionell die wichtigsten Kundengruppen für sein Unternehmen darstellen: „Wir brauchen Betriebe, die anpacken. Denn ohne die gäbe es uns nicht.“

Präsenz auf Ausbildungsmessen

Auch der Fachkräftemangel beschäftigt den Ausbildungsbetrieb und beansprucht mittlerweile mehr Zeit und Mittel als in früheren Jahren. Doch auch hier setzt Karl Dengler Zeichen, zeigt Präsenz auf Ausbildungsmessen, setzt auf langfristige Beschäftigungsverhältnisse und nimmt die Bedürfnisse und aktuellen Wünschen der Mitarbeiter sehr ernst. Matti und René Dengler zeigen, dass Tradition und Innovation Hand in Hand gehen können. Das Familienunternehmen hat nicht nur ein umfangreiches Sortiment an Produkten und Dienstleistungen aufgebaut, sondern auch die Fähigkeit bewiesen, sich mit einem kundenbezogenen Geschäftsmodell den sich verändernden Marktbedingungen anzupassen und sich zukunftsfähig aufzustellen.



KONTAKT

Karl Dengler

Genfer Straße 8
60437 Frankfurt
Telefon 069/950948700
E-Mail info@dengler-online.de
www.dengler-online.de



DER AUTOR



Michael Haag

Referent, Innovation und Umwelt,
IHK Frankfurt
m.haag@frankfurt-main.ihk.de



STADT  NEU-ISENBURG

Wir sind stolz auf unsere starke Gemeinschaft und einen einzigartigen Branchenmix. Daher leisten wir viel, um Unternehmen vor Ort zu unterstützen, bieten attraktive Rahmenbedingungen und beste Aussichten für die Zukunft. Persönlich, engagiert und lösungsorientiert setzen wir uns für Sie und den Wirtschaftsstandort ein und sorgen dafür, dass wir gemeinsam wachsen und langfristig profitieren.

Neu-Isenburg. Der Wirtschaftsstandort.



Mehr erfahren unter
neu-isenburg.de/wirtschaft



Foto: mauritius images / NicoElNino / Alamy Stock Photos

UMWELT

KMU-Nachhaltigkeitsstandards



Die European Financial Reporting Advisory Group (Efrag) hat ihren Entwurf eines freiwilligen Standards für eine vereinfachte Nachhaltigkeitsberichterstattung für nicht börsenorientierte kleine und mittelständische Unternehmen

(KMU) vorgelegt und stellt diesen bis zum 21. Mai zur öffentlichen Konsultation. Eine breite Beteiligung an dieser Konsultation bietet betroffenen Unternehmen die Chance, auf einen möglichst unbürokratischen, verhältnismäßigen und praktisch handhabbaren Standard hinzuwirken, und ist daher von besonderer Bedeutung.

UMWELT

Jetzt Klimaschutz-Unternehmen werden

Die Exzellenzinitiative Klimaschutz-Unternehmen sucht Unternehmen, die sich ihrem Netzwerk anschließen wollen. Bundeswirtschaftsministerium, Bundesumweltministerium und DIHK rufen dazu auf, sich als Klimaschutz-Unternehmen zu bewerben. Teil des Netzwerks können Unternehmen aller Größen und Branchen werden, die Klimaschutz, Umweltschutz oder die Anpassung an die Klimakrise als strategisches Unternehmensziel verfolgen. Bewerbungsschluss ist der 31. Juli 2024.

www.klimaschutz-unternehmen.de



Foto: mauritius images / Chromorange / Christian Ohde

INTERNATIONAL

Wiederaufbau in der Ukraine

Die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW), die staatliche deutsche Entwicklungsbank, finanziert derzeit über 40 Projekte in der Ukraine im Wert von mehr als 1,4 Milliarden Euro. Schwerpunkte sind die Modernisierung des Energiesektors und die Wiederherstellung der Energieinfrastruktur, der Wiederaufbau der sozialen Infrastruktur, vor allem Wohnungsbauprogramme und soziale Dienstleistungen für Binnenvertriebene, sowie der Wiederaufbau der kommunalen Infrastruktur, einschließlich Reparatur und Modernisierung von medizinischen Zentren, Schulen und Wasserversorgungssystemen.

www.kfw.de



Foto: Picture Alliance / Photoshot



FRANKFURTER AUßENWIRTSCHAFTSKALENDER

Fachkräfte gewinnen mit den deutschen Auslandshandelskammern (AHKs)

Dienstag, 30. April, Telefon 069/21 97-13 17

Southeast Asian Career Fair

Freitag, 14. Juni, Telefon 069/21 97-15 76

Hessischer Außenwirtschaftstag

Dienstag, 9. Juli, Telefon 069/21 97-12 94

International Stammtisch

Telefon 069/21 97-13 59, www.newcomers-network.de



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

Die Teilnahme an den Veranstaltungen ist teilweise gebührenpflichtig.

Foto: mauritius images / Ikon Images



UNTERNEHMENSFÖRDERUNG

Entbürokratisierung: Vorschläge einreichen

„Viele Unternehmerinnen und Unternehmer schildern uns, mit welchen konkreten bürokratischen Herausforderungen sie in ihrem Alltag zu tun haben“, so Ulrich Caspar. Für ihn als IHK-Präsident sei dies ein Handlungsauftrag: „Im Rahmen der Koalitionsverhandlungen für die neue hessische Landesregierung konnte ich mitwirken, dass die neue Landesregierung ein Ministerium für Entbürokratisierung gebildet hat.“ Nun sei es an den Unternehmen, alle bürokratischen Hemmnisse zu benennen und ihre Vorschläge per E-Mail unter zukunftgestalten@frankfurt-main.ihk.de einzureichen. „Ich werde diese Anregungen bündeln und an das Entbürokratisierungsministerium geben“, kündigte Caspar an. „Wir benötigen ein breites Bündel an Maßnahmen, um den Standort Deutschland wieder attraktiver zu machen.“ Dazu zählten auch bürokratische Entlastungen.

AUSBILDUNG

IHK Frankfurt richtet Mint-Zentren an Schulen ein

Die IHK Frankfurt hat mit der Josephine-Baker-Gesamtschule, Kalbach-Riedberg, der Leibnizschule, Frankfurt-Höchst, und der Heinrich-von-Kleist-Schule, Eschborn, Kooperationsvereinbarungen zur Einrichtung von Mint-Zentren geschlossen. Um dem Fachkräftemangel im naturwissenschaftlichen und technischen Bereich etwas entgegenzusetzen, sollen Kinder und Jugendliche bereits in der Schule für Ausbildungsberufe im Mint-Bereich (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik) begeistert werden. Ziel der Mint-Zentren ist es daher auch, die praxisnahe Berufsorientierung zu stärken. Mitgliedsunternehmen der IHK Frankfurt können sich mit didaktischen Angeboten sowie mit Materialien zur Ausstattung in die Mint-Zentren einbringen. Weitere Infos: berufsorientierung@frankfurt-main.ihk.de

UMWELT

Biokraftstoff-Agenda erweitern

Brasilien möchte den G20-Vorsitz nutzen, um den Biokraftstoffen unter den Ländern der Gruppe mehr Raum auf der Agenda zu geben und die Märkte durch die Globale Allianz für Biokraftstoffe zu vergrößern. Die Energiewende ist eines der Hauptthemen der brasilianischen Regierung, die sich mit Indien und den Vereinigten Staaten zur Globalen Allianz für Biokraftstoffe zusammengeschlossen hat.

Wir sind
aktiv
FÜR IHRE GESUNDHEIT



Wir unterstützen Sie gerne dabei, die Gesundheit Ihrer Mitarbeiter zu fördern und zu erhalten – mit unseren kostenfreien Seminaren und Vorträgen zum Wohlfühlen.

www.ikk-jobaktiv.de



ikk
Südwest | **JOBaktiv**
Gesund arbeiten

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



Taj Mahal.

INDIEN

„Es ist einiges passiert“

Ein Gespräch mit Stefan Halusa, Hauptgeschäftsführer der AHK Indien, über die Chancen deutscher Unternehmen am Standort Indien und die größten Risikofaktoren für Investoren im bevölkerungsreichsten Land der Erde.

Herr Halusa, welche Rolle spielt Indien für deutsche Mittelständler?

Das Interesse hat nach dem Ende von Covid-19 deutlich zugenommen. Speziell in diesem Jahr haben wir gespürt, dass sich auch vermehrt selbst kleinere Mittelständler Indien anschauen. Sie wollen keine Millionen investieren und

Ort geforscht und entwickelt, weil es hier schneller und günstiger ist.

Was spricht für Indien?

Die Firmen müssen im Rahmen des China-Derisking ihre Lieferketten stärker diversifizieren. Indien punktet unter anderem mit der weltgrößten Bevölke-

lonialmacht Großbritannien bereits als Volkswirtschaft überholt, und auch die erstmalige Ausrichtung des G-20-Gipfels hat international für viel Aufmerksamkeit gesorgt. Dennoch: Die Firmen gehen nicht aus China weg. Aber wenn sie erweitern wollen, machen sie es nicht mehr in China, sondern suchen sich andere Märkte, unter anderem Indien.



„Ziel der indischen Regierung ist es, das Land auch als Industriestandort stärker zu pushen.“

Stefan Halusa, Hauptgeschäftsführer der AHK Indien

gehen eher vorsichtig vor. Sie suchen erst einmal geeignete Geschäftspartner, bauen später gegebenenfalls eine kleine Produktion auf. Verstärkt wird auch vor

rung, noch dazu einer sehr jungen Bevölkerung, relativ niedrigen Lohnkosten, liegt näher an Europa als China, ist politisch stabil, hat die einstige Ko-

Welche deutschen Branchen haben in Indien die besten Chancen?

Dazu zählen Maschinenbau und Automobilindustrie, zumal sich in Pune schon sehr früh die deutschen Autobauer angesiedelt haben und das ganze Ökosystem vor Ort ist. Daneben sehen wir Investments von Pharma und Chemie. Auch bei Medizintechnik und erneuerbaren Energien wird sich viel tun.



Was sind die größten Risiken für die Investoren?

Ziel der indischen Regierung ist es, das Land auch als Industriestandort stärker zu pushen. Dafür muss die Infrastruktur weiter konsequent verbessert werden, um die vergleichsweise hohen Logistikkosten senken zu können, die durch die ineffizienten Systeme entstehen. Dies ist ein klarer Schwerpunkt der indischen Regierung. Ein zweites Thema ist, dass bei stark wachsender Bevölkerung sehr viele Arbeitsplätze geschaffen werden müssen, um den sozialen Frieden zu bewahren. Das Wachstum muss auch in größeren Teilen der Bevölkerung ankommen. Last, but not least, könnte sich aufgrund der stärker gewordenen Stellung Indiens eine Haltung entwickeln, dass das weitere Wachstum ein Selbstläufer ist und damit weitere Reformen und der Fortschritt bei den Handelsabkommen abgebremst werden.

An der Spitze der Regierung steht seit fast zehn Jahren Narendra Modi mit seiner hindunationalistischen BJP. Was hat er erreicht?

Indien gilt traditionell als schwieriger, komplizierter und bürokratischer Markt. Das trifft nach wie vor zu. Aber es ist auch einiges passiert. Für Firmengründungen etwa gibt es in einigen Bundesstaaten die One-Window-Lösungen mit einem Ansprechpartner für den gesamten Prozess. Steuererklärungen und Bezahlprozesse laufen mittlerweile auf elektronischem Weg. Das entzieht der Korruption zumindest auf der oberen Ebene den Boden, auf der lokalen Ebene sicher noch nicht im gleichen Maß. Positiv war auch die Einführung der einheitlichen Goods and Services Tax, die eine Vielzahl von Steuern ersetzte und Steuererklärungen vereinfachte. Für Neuansiedlungen und Gründungen sind die Einkommensteuersätze in einigen Bereichen von mehr als 30 auf unter 20 Prozent gesenkt worden. Allerdings nur bei Produktionsbeginn vor dem 31. März dieses Jahres. Noch nicht gelungen ist die Reform des Arbeitsrechts, mit dem mehr als 20 auf vier Gesetze reduziert werden sollen, vor allem mit dem Ziel, die Zahl der formalen Beschäftigungsverhältnisse zu erhöhen. Damit würden auch mehr Inder eine Altersversorgung erhalten.

Das bevölkerungsstärkste Land der Erde punktet mit einer sehr jungen Bevölkerung. Wie leicht finden deutsche Mittelständler geeignete Fachkräfte vor Ort?

Bei Industriearbeitsplätzen gibt es sicher Engpässe, weil es kein duales System wie in Deutschland gibt. Wir versuchen als Kammer gegenzusteuern, vergeben A-Zertifikate für Ausbildungen wie Mechatroniker, Werkzeugmacher, Industriemechaniker, bilden die Ausbilder aus, stellen sicher, dass das deutsche Curriculum eingehalten wird und bei den Prüfungen theoretische und

praktische Kenntnisse dem deutschen Niveau entsprechen.

Seit Jahren wird um ein Handelsabkommen mit der EU gerungen. Wie stehen heute die Chancen auf einen Abschluss?

Vor den Wahlen in Indien im Mai wird sicher nichts mehr passieren. Das gilt auch für das Abkommen Indien – UK. Die wichtigsten Themen sind für die Unternehmen Zollsätze, Zollverfahren, Ursprungszeugnisse und nicht tarifäre Handelshemmnisse. Europa will ein vollumfängliches Abkommen inklusive Nachhaltigkeitsthemen, Indien will sich eher erst einmal auf die Kernthemen konzentrieren.



IHK ONLINE

Weitere Infos auf der Homepage der Deutsch-Indischen Handelskammer:

<https://indien.ahk.de>



INTERVIEW



Eli Hamacher

Freie Journalistin, Berlin
eh@elihamacher.de

NEWSLETTER: JETZT ABONNIEREN!
www.frankfurt-main.ihk.de/newsletter





Foto: Picture Alliance / ZumaPress.com / Pool / Ukrainian Presidential

Der ukrainische Präsident Wolodymyr Selenskyj sprach am 9. Februar 2023 vor dem Europäischen Parlament.

EUROPAWAHL 2024

Wettbewerbsfähigkeit stärken

Wenn Bürger der Europäischen Union im Juni das Europäische Parlament wählen, werden entscheidende Weichen für die europäische Wirtschaft gestellt. Damit Europa im globalen Vergleich nicht abgehängt wird, braucht es unter anderem wettbewerbsfähige Energiepreise.

Von Binnenmarkt über Bürokratieabbau bis Handelsabkommen – bei der Europawahl 2024 geht es auch um die Zukunft des Wirtschaftsstandorts Europa sowie um den Erhalt und die Stärkung der globalen Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Wirtschaft. „Oberstes Ziel muss die Verbesserung der Attraktivität des Standorts Europa für Unternehmen sein. Wir haben in den vergangenen Jahren massiv an Wettbewerbsfähigkeit verloren, das bestätigen alle DIHK-Um-

fragen“, sagt Freya Lemcke, Leiterin der DIHK-Vertretung bei der EU in Brüssel. Als eine Ursache sieht sie unter anderem auch umfassende Regulierungen durch die EU und das Fehlen effektiver Schritte, um Unternehmertum in der EU zu erleichtern.

Bürokratie hemmt Innovationskraft

Die EU habe eine starke wirtschaftliche Basis und durch den integrierten Bin-

nenmarkt auch im globalen Vergleich viele Vorteile. „Wir brauchen nun Maßnahmen, die in Zukunft für erschwingliche und sichere Energie sorgen, die Planungssicherheit für Investitionen und Zukunftstechnologien wie künstliche Intelligenz schaffen, die Fachkräfte sichern und die überbordende Bürokratie abbauen“, so Lemcke. Um das Ziel der Wettbewerbsfähigkeit ressortübergreifend nicht aus den Augen zu verlieren, schlägt sie unter anderem vor, einen der

geschäftsführenden Vizepräsidenten der EU-Kommission zum Vizepräsidenten für den Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit zu ernennen, der entsprechende Maßnahmen koordiniert und verantwortet.

Dringender Handlungsbedarf besteht vor allem beim Bürokratieabbau. Das zeigt beispielsweise die „One in, one out“-Regel, die die EU-Kommission als Ziel ausgegeben hatte und die als dringend benötigte Bürokratiebremse dienen sollte. Mit der Umsetzung kommt die EU jedoch nicht voran – im Gegenteil. Statt weniger kommen immer neue Vorgaben aus Brüssel. Das zeigt sich etwa am Beispiel Klimaneutralität: Um das europäische Nachhaltigkeitsziel zu



„Europa ist die Lösung für eine gute Zukunft in der sich ändernden Welt. Aber nicht das Europa der Bürokraten, der Zweifler und der Bremser – sondern das Europa der Macher, der Unternehmer und der Neugierigen.“

Peter Adrian, Präsident, DIHK

erreichen, braucht es nicht nur einen massiven Ausbau erneuerbarer Energien und ihrer Infrastruktur sowie eine sichere, günstige und grüne Energieversorgung für die gesamte Wirtschaft.

Europäischer Green Deal

Gleichzeitig müssen Bürokratielasten reduziert werden, damit Betriebe mehr

Ressourcen für die klimagerechte Umgestaltung ihrer Geschäftsaktivitäten haben. Doch davon ist Europa gegenwärtig weit entfernt: Stattdessen sind durch den europäischen Green Deal, mit dem die EU-Mitgliedsstaaten bis 2050 klimaneutral werden wollen, für die Unternehmen zahlreiche neue Berichts- und Informationspflichten entstanden. Nachbesserungen sind auch an anderen Stellen dringend erforderlich: „Einige Gesetzesakte wurden sehr schnell und ohne angemessene Folgenabschätzung erlassen, insbesondere die Wechselwirkungen zwischen den einzelnen Gesetzen wurden nicht geprüft. Daher sieht man Inkohärenzen, teilweise Zielkonflikte, die Unternehmen, aber auch Behörden bei der Umsetzung aufpassen“, sagt Lemcke. Beispiele seien der CO₂-Grenzausgleichsmechanismus CBAM oder die EU-Medizinprodukteverordnung aus der vorherigen Legislatur, für die es noch keine Nachbesserung gebe. Hier müssten die Gesetzgeber ehrlich sein und schauen, was funk-

Europawahl

Die Europawahl findet alle fünf Jahre in den 27 EU-Mitgliedsstaaten statt, diesmal vom 6. bis 9. Juni. In Deutschland wird am Sonntag, 9. Juni gewählt. Das Europäische Parlament ist das einzige EU-Organ, das direkt vom Volk gewählt wird. Gemeinsam mit den Vertretern der Regierungen der EU-Mitgliedsstaaten gestalten und beschließen die Abgeordneten des Europäischen Parlaments neue Gesetze. Außerdem genehmigen sie den EU-Haushalt und wählen die EU-Kommissare und den Präsidenten der Europäischen Kommission. In der kommenden Wahlperiode steigt die Zahl der Abgeordneten von 705 auf 720. Grund dafür ist eine Anpassung an die Bevölkerungsentwicklung in einzelnen Ländern. Die Mitglieder des Parlaments vertreten etwa 450 Millionen Europäer. Wie bei der Wahl 2019 entfallen 96 Mandate auf Abgeordnete aus Deutschland, die Höchstzahl der einem Mitgliedsstaat zustehenden Mandate. Deutschland ist damit das Land mit den meisten Abgeordneten.

ALLES AUS EINER HAND VON DER PLANUNG BIS ZUM BETRIEBSGEBÄUDE

BÜHRER + WEHLING



BÜHRER + WEHLING
Die Kraft einer starken Lösung

DIHK-FORDERUNGEN ZUR EUROPAAWAHL

- Bürokratieabbau und bessere Rechtsetzung umsetzen
- Schnellere Genehmigungsverfahren
- International wettbewerbsfähige Energiepreise in der EU sicherstellen
- Resilienz von Wertschöpfungs- und Lieferketten erhöhen
- Innovation und Forschung in der EU stärken
- Handelsabkommen voranbringen
- Datennutzung ermöglichen
- Chancen der künstlichen Intelligenz ergreifen
- Cybersicherheit stärken
- Fachkräfte entwickeln, gewinnen und halten

Die zehn Leitlinien für eine bessere Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts Europas hat die DIHK im Juni vergangenen Jahres beschlossen. Die ausführliche Version finden Sie unter www.dihk.de  Die Wettbewerbsfähigkeit Europas sichern

tioniert und wo nachgebessert werden müsste.

Praxisnahe Ausbildung

Auch in Sachen Digitalisierung ergeben sich für Unternehmen viele offene Fragen. Zwar fand hier in der vergangenen Legislaturperiode eine umfangreiche Gesetzgebung statt, diese hinterlässt jedoch zahlreiche Rechtsunsicherheiten und ungenügend aufeinander abgestimmte Regeln. Deshalb fordert die Wirtschaft eine intensivere Begleitung der Unternehmen bei der Umsetzung digitaler Maßnahmen, beispielsweise durch Hilfestellungen und Guidelines.

Ein weiteres drängendes Thema, dem sich die EU in den kommenden fünf Jahren verstärkt widmen muss, ist der europaweite Fachkräftemangel. Dabei wird insbesondere die verbesserte Rekrutierung von Arbeits- und Fachkräften aus Drittstaaten durch beschleunigte und vereinfachte Verfahren stärker in den Fokus rücken. Auch die Arbeitsmobilität innerhalb der EU, die Förderung von lebenslangem Lernen und einer praxisnahen beruflichen Bildung sowie die Förderung der digitalen Transforma-

tion in der Bildung, inklusive Praxishilfen für nationale Umsetzungen der relevanten EU-Rechtsakte wie dem AI Act und dem Data Act, werden eine Rolle spielen.

An Gesetzesvorhaben mitwirken

Vor allem kleinere und mittlere Unternehmen erhoffen sich, stärker in den Dialog über neue Gesetzesvorhaben auf EU-Ebene miteinbezogen zu werden. Denn häufig wird die Umsetzbarkeit neuer Regelungen für den Mittelstand nicht mitgedacht. „Die aktuelle EU-Kommission hat Entlastungen für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) lediglich angekündigt und einige Regulierungen vorgeschlagen, die vereinfacht werden können. Wir hoffen, dass die nächste Kommission das ausbaut, von den Ankündigungen hin zu konkreten Entlastungen“, sagt Lemcke.

Neue Gesetze sollten dann nach dem sogenannten „Think small first“-Prinzip vorab auf ihre Auswirkungen und Umsetzbarkeit für KMU geprüft werden. Eine wichtige Rolle muss dabei auch der Anfang 2024 ernannte EU-Mittelstandsbeauftragte Markus Pieper spie-

len, der künftig die Interessen der KMU in Brüssel vertreten soll. Die Herausforderungen sind zahlreich, doch es bieten sich viele Ansatzpunkte für eine Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit. Besinnt sich Europa auf die Stärke des Binnenmarktes und verliert sich nicht in kleinteiliger Regulierung, können die entscheidenden Weichen gestellt werden. Die gemeinsamen Politiken und eine geeinte EU sind nach wie vor die beste Chance, um im globalen Wettbewerb zu bestehen.



— DIE AUTORIN —



Mascha Dinter

Freie Journalistin, Köln

info@mascha-dinter.de

Friedrich Friedrich

Darmstädter Speditions- und Möbeltransportgesellschaft mbH

DMS
UMZUG & LOGISTIK



Einfach sorgenfrei umziehen und lagern!

20%*
Rabatt
auf Inhouse-
Lagerboxen
+ kostenlose
Einlagerungshilfe
bei Erstbezug

Mehr Platz fürs Leben
SB-Lagerhaus

- ✓ Lagerboxen von S bis XL
- ✓ Privat und Gewerbe
- ✓ Mietdauer schon ab 1 Monat
- ✓ gesicherter Zugang

*Es handelt sich um eine befristete Aktion für eine Inhouse-Lagerbox. Die Aktion ist gültig bis zum 31.05.2024. Die Mindestmietdauer beträgt 3 Monate. Der Aktionspreis wird für max. 1 Jahr berechn. Nicht mit anderen Rabatten kombinierbar und nur solange der Vorrat reicht.

Friedrich Friedrich
Darmstädter Speditions- und Möbeltransportgesellschaft mbH
Wiesenstraße 5 ■ 64347 Griesheim ☎ Telefon: 06155 - 83670
➔ www.friedrich-umzug.de ➔ www.sb-lagerhaus.de





Foto: Gemeinde Wehrheim

Wehrheim.

SERIE IMMOBILIENSTANDORT

Innovatives Apfeldorf am Limes

Mit dem Hauptort und den drei Ortsteilen Obernhain, Pfaffenwiesbach und Friedrichsthal verfügen die etwa 9500 Einwohner der Gemeinde Wehrheim über eine Kaufkraft, die um ein Drittel über dem Bundesdurchschnitt liegt.

Wehrheim liegt unmittelbar nördlich der Saalburg und knapp zehn Kilometer von der Kreisstadt Bad Homburg entfernt am Taunushauptkamm. Nach Frankfurt sind es rund 30 Kilometer. Die Gemeinde ist umgeben von Natur, Feldern und Wald sowie gut gekennzeichneten Wander- und Fahrradwegen, die zum Aufenthalt im Freien einladen. In Kombination mit zahlreichen lokalen Einkaufsmöglichkeiten, einer Grundschule im Ort, ausreichenden Kita-Plätzen und ansässigen Gewerbebetrieben bietet Wehrheim die perfekte Balance zwischen Leben und Arbeiten.

Attraktiver Wohnort

Die aus Neubauten und historischen Fachwerkgebäuden bestehende Neue Mitte Wehrheim lockt mit kurzen Wegen und abwechslungsreichen regionalen Produkten. Regelmäßige Veranstaltungen wie der Wochenmarkt, das Apfelblütenfest und der traditionelle Weihnachtsmarkt werden gerne besucht. Das solar beheizte, moderne Ludwig-Bender-Freibad bietet einen herrlichen Blick zu den Taunushöhen, und der Freizeitpark Lochmühle ist überregional be-

kannt. Derzeit plant die Gemeinde eine Pumptrack-Anlage, die einen niederschweligen Einstieg in den Fahrradsport und maximale Inklusion bieten wird. Neben Mountainbikern und Skatern werden mit Lauf-, Roller- und Rollstuhlfahrern alle Altersklassen angesprochen.

Während im Ballungsraum Frankfurt-RheinMain kaum mehr Bauland für Einfamilienhausnutzungen zur Verfügung steht, gibt es in Wehrheim noch einen ausgeprägten Markt für Eigenheimnut-

zer. Bauland ist aber auch hier knapp, weshalb der Gemeinde die Aufnahme in das Programm „Integrierte kommunale Entwicklungskonzepte“ (Ikek) des Landes Hessen gelang. Das Ziel ist, die Entwicklung in die Fläche zugunsten der Wohnraumverdichtung in den Orten voranzutreiben.

Laut dem aktuellen Wohnungsmarktbericht 2023/2024 der Frankfurter Immobilienbörse sind ältere Reihenhäuser bereits ab 200 000 Euro erhältlich, Einfamilienhäuser und größere Doppelhaushälften erzielen bis 600 000 Euro, mit dem Schwerpunkt um 350 000 Euro. In den hochwertigen und gesuchten Lagen wie

Die Mark in der Saalburgsiedlung wechseln moderne Villen ihren Eigentümer auch zu Preisen zwischen ein und zwei Millionen Euro. Die Wohnungsmieten liegen zwischen monatlich sechs und zehn Euro pro Quadratmeter auf einem sozialverträglichen Niveau; allerdings, dem bundesweiten Trend folgend, steigend.

Wehrheim ist auch Gewerbestandort

Die Wirtschaft ist traditionell durch eine Vielzahl an Handwerksunternehmen geprägt. Dazu produziert seit 1991 Ohropax im Gewerbegebiet am Kappengraben den weltweit bekannten Ge-

hörschutz. Benachbart forscht Heraeus Medical und stellt Knochenzemente und Biomaterialien für die Orthopädie her. Flächenerweiterungen gab es zuletzt im Gewerbegebiet Wehrheim-Süd. Der Kindermöbelvertrieb BioKinder hat umfangreich in Gebäude und Produktion investiert, und mit der Löwenherz-Brauerei geht in Kürze ein energetisch autarkes Braukonzept nebst Schankwirtschaft an den Start.

Frankfurter Immobilienbörse

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



DER AUTOR



Heiko Glatz

Heiko Glatz Sachverständigen-gesellschaft für Immobilienbewertungen, Frankfurt
mail@wertermittlung.de

DREI FRAGEN AN



Gregor Sommer, Bürgermeister der Gemeinde Wehrheim, über die Standortqualität der 9500 Einwohner zählenden Kommune

Herr Sommer, warum sollten Neubürger in Ihre Gemeinde ziehen?

Die Gemeinde ist eine kinderfreundliche Kommune. Das Vereinsleben ist sehr rege und fester Bestandteil für das Leben miteinander.

Was ist Ihr wichtigster Standortfaktor für Unternehmen?

Das sind zwei gut am Ortseingang erreichbare Gewerbegebiete, die Anbindung an die RheinMain-Region, die Nähe zur A5 wie auch A661

und die Möglichkeit, zügig auch über den ÖPNV nach Wehrheim zu gelangen. Von hier agieren weltweit bekannte Firmen und über die Region hinaus bekannte Handwerksbetriebe, die sehr zukunftsorientiert aufgestellt sind. Die Branchenvielfalt hat am Standort Wehrheim ein Zuhause.

Was muss man über Ihre Gemeinde unbedingt wissen?

Die Gemeinde Wehrheim hebt sich von einigen anderen Kommunen in

der Weise ab, dass wir alle Einkaufsmöglichkeiten im Bereich der Ortsmitte haben und keine Supermärkte oder Discounter am Ortsrand. Unser Vorteil ist, dass unsere Kommune sich maßvoll im Wachstum weiterentwickelt hat und dies auch zukünftig tun wird.

Die Fragen stellte Heiko Glatz, Heiko Glatz Sachverständigen-gesellschaft für Immobilienbewertungen.

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

Technisches 1x1 für Bauherren und Immobilienkäufer 16. April 2024 / 8 UE / 1-Tages-Seminar	295 Euro Telefon -1299	Der Weg in die Selbstständigkeit ab 10. Juni 2024 / 20 UE / 5-Abende-Seminar Präsenz	175 Euro Telefon -14 15
Hausverwaltung Eigentum 16. / 17. April 2024 / 16 UE / 2-Tages-Seminar	545 Euro Telefon -1299	Einführung in die Erstellung von Betriebskostenabrechnungen 12. / 13. Juni 2024 / 16 UE / 2-Tages-Seminar	545 Euro Telefon -1299
Fit am Telefon für Auszubildende 22. April 2024 / 8 UE / 1-Tages-Seminar	195 Euro Telefon -1403	Strategisches Controlling ab 12. Juli 2024 / 16 UE / 2-Tages-Seminar	545 Euro Telefon -14 15
Buchhaltung und Jahresabrechnung in der WEG 29. / 30. April 2024 / 16 UE / 2-Tages-Seminar	545 Euro Telefon -1299	BERUFSBEGLEITENDE ZERTIFIKATSLEHRGÄNGE	
Benimm ist in! Umgangsformen für den Berufsalltag für Azubis 6. Mai 2024 / 8 UE / 1-Tages-Seminar	195 Euro Telefon -1403	Buchführung II – System und Praxis ab 27. Mai 2024 / 124 UE / ca. 6 Monate	1 095 Euro Telefon -1295
Der Weg in die Selbstständigkeit ab 6. Mai 2024 / 20 UE / 5-Abende-Seminar online	175 Euro Telefon -14 15	Projektleiter/-in (IHK) – online ab 11. Juni 2024 / 80 UE / ca. 2 Monate	1 595 Euro Telefon -1232
Stressmanagement 6. / 7. Mai 2024 / 16 UE / 2-Tages-Seminar	545 Euro Telefon -1232	Buchführung III – nationaler und internationaler Jahresabschluss ab 12. Juni 2024 / 148 UE / ca. 9 Monate	1 195 Euro Telefon -1295
Professionelle Telefonakquise im 2B-Vertrieb 23. Mai 2024 / 8 UE / 1-Tages-Seminar	295 Euro Telefon -1232	Kompakttraining zur Bilanzbuchhalterprüfung ab 7. August 2024 / 57 UE	695 Euro Telefon - 1415
Arbeitsrecht trifft New Work 23. / 24. Mai 2024 / 16 UE / 2-Tages-Seminar	545 Euro Telefon -1206	BERUFSBEGLEITENDE LEHRGÄNGE MIT IHK-PRÜFUNG	
Briefe und E-Mails kundenorientiert gestalten für Auszubildende 3. Juni 2024 / 8 UE / 1-Tages-Seminar	195 Euro Telefon -1403	Ausbilderlehrgang – Vollzeit ab 18. April 2024 / 80 UE / ca. 1 Monat	625 Euro Telefon -18 18
Moderations- und Präsentationstechniken ab 5. Juni 2024 / 16 UE / 2-Tages-Seminar	545 Euro Telefon -14 15	Ausbilderlehrgang – berufsbegleitend ab 4. Mai 2024 / 80 UE / ca. 2 Monate	625 Euro Telefon -18 18
Operatives Controlling ab 7. Juni 2024 / 16 UE / 2-Tages-Seminar	545 Euro Telefon -14 15	 <p>Preise zuzüglich Prüfungsgebühr nach der jeweilig gültigen Gebührenordnung. Lehrgänge, die auf IHK-Prüfungen vorbereiten, werden auch von verschiedenen privaten Anbietern durchgeführt. Anschriften solcher Anbieter können im Internet über die Seite www.wis.ihk.de/ihk-pruefungen/anbieterliste abgerufen werden. Änderungen vorbehalten.</p>	

Die Wirtschaft hat gewählt

Die Mitglieder der Vollversammlung der IHK Frankfurt für die Legislaturperiode 2024 bis 2029 stehen fest. In den zwölf Wahlgruppen, die die jeweilige Bedeutung der Wirtschaftszweige im IHK-Bezirk abbilden, wurden 89 Vollversammlungsmitglieder gewählt.



Einen Beihefter mit den gewählten Unternehmern sowie weiterführenden Links finden Sie in dieser Ausgabe des IHK WirtschaftsForums.

Im Bezirk der IHK Frankfurt stellten sich 46 Unternehmerinnen und 134 Unternehmer zur Wahl. Bei den IHK-Wahlen wählen Unternehmer aus den Kandidaten ihrer Wahlgruppe ihre Vertreter in der Vollversammlung. Einmal in die Vollversammlung gewählt, ist jedes Mitglied angehalten, das Gesamtinteresse der Wirtschaft zu vertreten. Jedes IHK-Mitglied hat, unabhängig von der Größe seines Unternehmens, das gleiche Stimmrecht. Zur Wahl aufgerufen waren rund 100000 Unternehmen im IHK-Bezirk.

Wahlbeteiligung gestiegen

„Alle Unternehmerinnen und Unternehmer, die sich zur Wahl gestellt haben,

verdienen großen Respekt für ihr ehrenamtliches Engagement für die regionale Wirtschaft“, sagte Matthias Gräßle, IHK-Hauptgeschäftsführer. Viele kandidierten bereits zum wiederholten Mal und hätten Erfahrung als Mitglied der Vollversammlung: „Das zeigt, dass die Wirksamkeit der Arbeit in der IHK Frankfurt gesehen und als Bereicherung wahrgenommen wird.“ Die Wahlbeteiligung stieg von 7,8 Prozent (2019) auf knapp 8,5 Prozent. Rund 51 Prozent der Unternehmen haben diesmal online abgestimmt.

10,6 Prozent der Handelsregister-Firmen und 6,2 Prozent der Kleingewerbetreibenden haben sich an der Wahl beteiligt. Besonders hoch war die Wahlbeteiligung bei den Ausbildungsbetrieben (17,4 Prozent). Die höchste Wahlbeteiligung findet sich in der Gruppe der Kreditinstitute und der Wertpapierbörse (30,9 Prozent), gefolgt von den Versicherungen (21,3 Prozent) sowie der Bau- und Immobilienwirtschaft (10,3 Prozent). Der Kandidat mit der höchsten Anzahl der Stimmen ist Ulrich Caspar, Mitglied Wahlgruppe 10 (Bau- und Immobilienwirtschaft) und aktuell IHK-Präsident, mit 786 Stimmen.

Konstituierende Sitzung

Die IHK-Vollversammlung gibt Impulse für die Selbstverwaltung der Wirtschaft und berät die Politik verlässlich in wichtigen Wirtschaftsfragen im Bezirk Frankfurt, Main-Taunus und Hochtaunus. Sie

arbeitet dabei gemeinsam mit den rund 220 hauptamtlichen Mitarbeitern der IHK an der Weiterentwicklung der Metropolregion FrankfurtRheinMain. Die konstituierende Sitzung des neuen Parlaments der Frankfurter Wirtschaft mit der Wahl des Präsidenten und der übrigen Mitglieder des Präsidiums findet am 18. April statt.



IHK ONLINE

Eine Übersicht über die gewählten Mitglieder nach Wahlgruppen sowie weitere Infos über die Wahlergebnisse finden Sie hier:



DIE AUTORIN



Carmen Tontsch

Geschäftsführerin, Recht und Steuern,
IHK Frankfurt

c.tontsch@frankfurt-main.ihk.de

FRANKFURTRHEINMAIN

Preis der Metropolregion

Mit dem Ziel, innovative Lösungen und erfolgreiche Projekte sichtbar zu machen, die zur Zukunftsfähigkeit der Metropolregion FrankfurtRheinMain beitragen, hat die Zukunftsinitiative Perform den Preis der Metropolregion initiiert. Prämiert wird ein Projekt, das sich durch interkommunale oder länderübergreifende Zusammenarbeit in der Metropolregion auszeichnet und/oder den Gedanken der regionalen Identität verinnerlicht hat. Bewerben können sich Hochschulen, Verbände, Vereine, Initiativen, Kommunen, Körperschaften des öffentlichen Rechts und Unternehmen mit Hauptsitz in FrankfurtRheinMain bis zum 15. April. Der Preis ist mit 10000 Euro dotiert und wird in diesem Jahr beim Tag der Metropolregion am Montag, 24. Juni, erstmals offiziell verliehen. <https://preisdermetropolregion.de>

METROPOLREGION

Wohnungsmarktbericht 2023|2024



Foto: Picture Alliance / ImageBroker / Schoening

Der Immobilienmarkt befindet sich zu Jahresbeginn in einem Spannungsfeld zwischen geopolitischen Krisen, unsicheren Konjunkturaussichten, hohen Baukosten, einer zunehmenden Regulierung sowie fehlenden Fach- und Arbeitskräften. Diese Mischung beeinflusst nicht nur die Bauwirtschaft, sondern hat auch gravierenden Einfluss auf den Immobilienmarkt im IHK-Bezirk Frankfurt, wie die neue Ausgabe des Wohnungsmarktberichtes 2023|2024 zeigt. Während die Kaufpreise im IHK-Bezirk Frankfurt sinken, steigt der Druck auf dem Mietmarkt. www.frankfurt-main.ihk.de/wohnungsmarktbericht

HALLEN

Industrie | Gewerbe | Stahlbau



PLANUNG

PRODUKTION

MONTAGE



Wolf System GmbH
94486 Osterhofen



09932 37-0
mail@wolfsystem.de
www.wolfsystem.de

UNTERNEHMENSFÖRDERUNG

Elektromobilität für Selbstständige und kleine Unternehmen

Selbstständige und kleine Unternehmen stehen vor der Herausforderung, ihre Verbrennerflotten auf Elektrofahrzeuge umzustellen. Aber wie gelingt das optimal? Welche Stolpersteine gilt es zu vermeiden und wie lässt sich die Wirtschaftlichkeit maximieren? Ist eine Elektroflotte auch ohne eigene Lademöglichkeit machbar? Diese Fragen stehen im Mittelpunkt unserer kostenfreien Webinarreihe „Elektromobilität für Selbstständige und kleine Unternehmen“ des Hessischen Industrie- und Handelskammertags (HIHK). Infos und Anmeldung: www.hihk.de/emobilitaet



Foto: Picture Alliance / Westend61 / Milan Radulovic

Netzwerken in der IHK

Mit dem IHK-Business-Club führt die IHK Frankfurt Unternehmer aus der Region zusammen und fördert so den regen Wissens- und Erfahrungsaustausch ihrer Mitglieder.

Der IHK-Business-Club ist auf Initiative des IHK-Ausschusses Kleine und Mittlere Unternehmen und damit aus dem unternehmerischen Ehrenamt entstanden. Feierlich eröffnet wurde er im Oktober 2019, und sehr schnell konnte die Marke von 100 Mitgliedern erreicht werden. Mehrere pandemiebedingte Schließungen in den Jahren 2020 und 2021 konnten die Anfangseuphorie nur kurzzeitig trüben. Seit der Wiedereröffnung wächst die Zahl der Nutzer stetig; inzwischen hat der Club rund 140 Mitglieder.

Exklusives Business-Ambiente

Der Club bietet seinen Mitgliedern die Möglichkeit des unkomplizierten Gedankenaustauschs unter Unternehmern. Im repräsentativen Gebäude der Industrie- und Handelskammer am Börsenplatz haben Mitglieder die Möglichkeit, Besprechungstische zu buchen. Über die Website des IHK-Busi-

ness-Clubs können die Tische für zwei bis sechs Personen bis zu zehnmal im Monat reserviert werden. Hierfür werden kalte und warme Getränke kostenfrei zur Verfügung gestellt. Zusätzlich zu den Clubräumlichkeiten kann die naheliegende Dachterrasse des Gebäudes mit Blick auf die Frankfurter Skyline für Pausen genutzt werden.

Netzwerken in ungezwungener Atmosphäre

Darüber hinaus bieten die regelmäßig stattfindenden Club-Donnerstage den Mitgliedern die Gelegenheit zum persönlichen Kennenlernen und Netzwerken. Bei leckerem Essen und gekühlten Getränken haben Mitglieder die Gelegenheit zu spannenden Gesprächen in lockerer Atmosphäre. Die exklusiven Mitgliederevents bieten langjährigen sowie neuen Clubmitgliedern gleichermaßen interessante Vernetzungsmöglichkeiten.

IHK-Business-Club

Mitglied kann jeder werden, der Mitglied der IHK Frankfurt ist. Die Mitgliedschaft kann im Falle von Gesellschaften auch durch deren vertretungsberechtigte Person ausgeübt werden. Mitglieder erhalten einen Clubausweis, der den Zugang zum Raum ermöglicht. Der Jahresbeitrag beträgt 100 Euro. Die Mitgliedschaft berechtigt zum Besuch der Club-Donnerstage und zu Tischbuchungen für Besprechungstermine bis zu zehnmal pro Monat. www.ihk-business-club.de

Ausschuss Kleine und Mittlere Unternehmen

Der IHK-Ausschuss bündelt die Stimme des Mittelstands im IHK-Bezirk Frankfurt. In drei Ausschusssitzungen pro Jahr berichten Experten über aktuelle und mittelstandsrelevante Themen. Gern können Sie bei Interesse zunächst als Gast an einer Sitzung teilnehmen. www.frankfurt-main.ihk.de/kmu-ausschuss



DIE AUTORIN



Antje-Imme Strack

Vorsitzende, Ausschuss Kleine und Mittlere Unternehmen, IHK Frankfurt

info@ufs.de



IHK-VERANSTALTUNGSKALENDER

Zehn Tipps für gutes Azubi-Recruiting (Onlinevortrag)

Mittwoch, 17. April, 15 bis 16 Uhr

Bereit für die neue EU-Cyberrichtlinie NIS 2 – Startschuss in eine sichere digitale Zukunft

Montag, 29. April, 17 bis 20.30 Uhr

Energiepolitischer Abend: Auf dem Weg zur Klimaneutralität: CO₂-Technologien als Showstopper oder Gamechanger?

Dienstag, 7. Mai, 17.30 bis 20 Uhr

Beurteilen, nicht verurteilen: kompetenzorientierte Feedback-Systeme gestalten und einsetzen

Mittwoch, 15. Mai, 13 bis 16 Uhr

Social Media mit begrenzten Ressourcen: in fünf Schritten zur effektiven Strategie

Mittwoch, 15. Mai, 15 bis 16.30 Uhr

Ausbildungsbotschafter: das Potenzial der eigenen Azubis nutzen (Onlinevortrag)

Mittwoch, 29. Mai, 15 bis 16 Uhr

Boreout: Wenn Unterforderung krank macht (Reihe Mindsnack)

Donnerstag, 6. Juni, 17 bis 18.30 Uhr

Tag der Metropolregion

Montag, 24. Juni, 12 Uhr

Repräsentanten aus Wirtschaft und Politik diskutieren beim Tag der Metropolregion über die aktuellen Herausforderungen, identifizieren gemeinsame Handlungsstränge, um die länderübergreifende Zusammenarbeit zu stärken. Veranstalter ist die Wirtschaftsinitiative Perform. www.frankfurt-main.ihk.de/tdm



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.

DIHK

Innovationsreport 2023

Der Mangel an Fachkräften und die zunehmende Bürokratie bremsen die Innovationsfähigkeit der deutschen Wirtschaft stark aus – und das in einem aktuell für die Unternehmen schwierigen wirtschaftlichen Umfeld. Das zeigt der DIHK-Innovationsreport 2023, dem die Angaben von mehr als 2 200 Betrieben zugrunde liegen. Danach ist die Innovationsbereitschaft der deutschen Wirtschaft auf den niedrigsten Stand seit der ersten Erhebung in 2008 gesunken. Wollten bei der Befragung vor drei Jahren noch knapp die Hälfte der Unternehmen ihre Innovationsaktivitäten ausweiten, beträgt der Anteil heute nur noch rund ein Drittel. 15 Prozent der Firmen in Deutschland wollen in den kommenden zwölf Monaten ihre Innovationsaktivitäten sogar verringern. Mehr als zwei Drittel der Betriebe beklagen, dass die Bürokratie sie in ihren Innovationen einschränkt. Weitere Informationen:



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.



Industrie- und Handelskammer
Frankfurt am Main

Jetzt kostenlos abonnieren unter:
www.ihkfra.de/einwilligung





Foto: Stefan Krutsch

STANDORTPOLITIK

IHK-Kreisbereisung im Main-Taunus

Bei der jüngsten Kreisbereisung besuchten Vertreter des Präsidiums und der Geschäftsführung die IHK-Mitgliedsunternehmen Erich Geiss (I.), Elektrotechnische Fabrik, Sulzbach, und Messer (r.), Bad Soden. „Wir sehen bei unseren Betriebsbesichtigungen immer wieder, was für unternehmerische Perlen in unserem IHK-Bezirk ihren Unternehmenssitz haben“, beton-

te IHK-Präsident Ulrich Caspar. Diesen Unternehmen verdanke die Region ihren Wohlstand. „Aber die Standortbedingungen haben sich auf so nachdrückliche Art verschlechtert, dass hier dringend gehandelt werden muss.“ Die neue Landesregierung habe an vielen Stellen die Möglichkeit, für Hessen wirtschaftspolitische Weichen zu stellen und Wohlstand zu sichern.

EHRENAMT



Alexander v. Arnim

Am 31. März feierte Alexander v. Arnim, geschäftsführender Gesellschafter, WPV Baubetreuung, Frankfurt, seinen 50. Geburtstag. Der Zimmerer und Architekt führt als einer der Partner das auf komplexe Immobilienprojekte spezialisierte Projekt- und Baumanagementunternehmen mit rund 40 Mitarbeitern. Seit mehr als zehn Jahren ist er Mitglied des IHK-Ausschusses Bau- und Immobilienwirtschaft.



Michael Lotz

Michael Lotz feierte am 17. März seinen 50. Geburtstag. Er ist Geschäftsführer der Lotz Industriervertretung, Hofheim, die im Bereich Heizung, Sanitär und Tiefbau aktiv ist. Der ehemalige IHK-Wirtschaftsjunior ist zudem seit 2019 Mitglied der IHK-Vollversammlung und auch Mitglied des Handelsvertreterausschusses.



HESSEN CHAMPIONS

Der Innovations- und Wachstumspreis

20 Jahre

Bewerben Sie sich bis
30. JUNI 2024!

Hessen ist ein Land der Champions

Erzählen Sie Ihre Erfolgsgeschichte!

Der Wettbewerb zeigt bereits seit 25 Jahren Hessens Reichtum an Unternehmer- und Erfindergeist. Er bietet hessischen Unternehmen die Chance ihre Attraktivität als Arbeitgeber, ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit und ihre Innovationskraft zu präsentieren.

Jetzt bewerben: hessen-champions.de





Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr, Wohnen und Ländlichen Raum



VERBUNDUNG DER HESSISCHEN UNTERNEHMENSVERBÄNDE



MBGH
Mittelständische Beteiligungsgesellschaft Hessen mbH



HESSEN TRADE & INVEST
Wirtschaftsförderer für Hessen

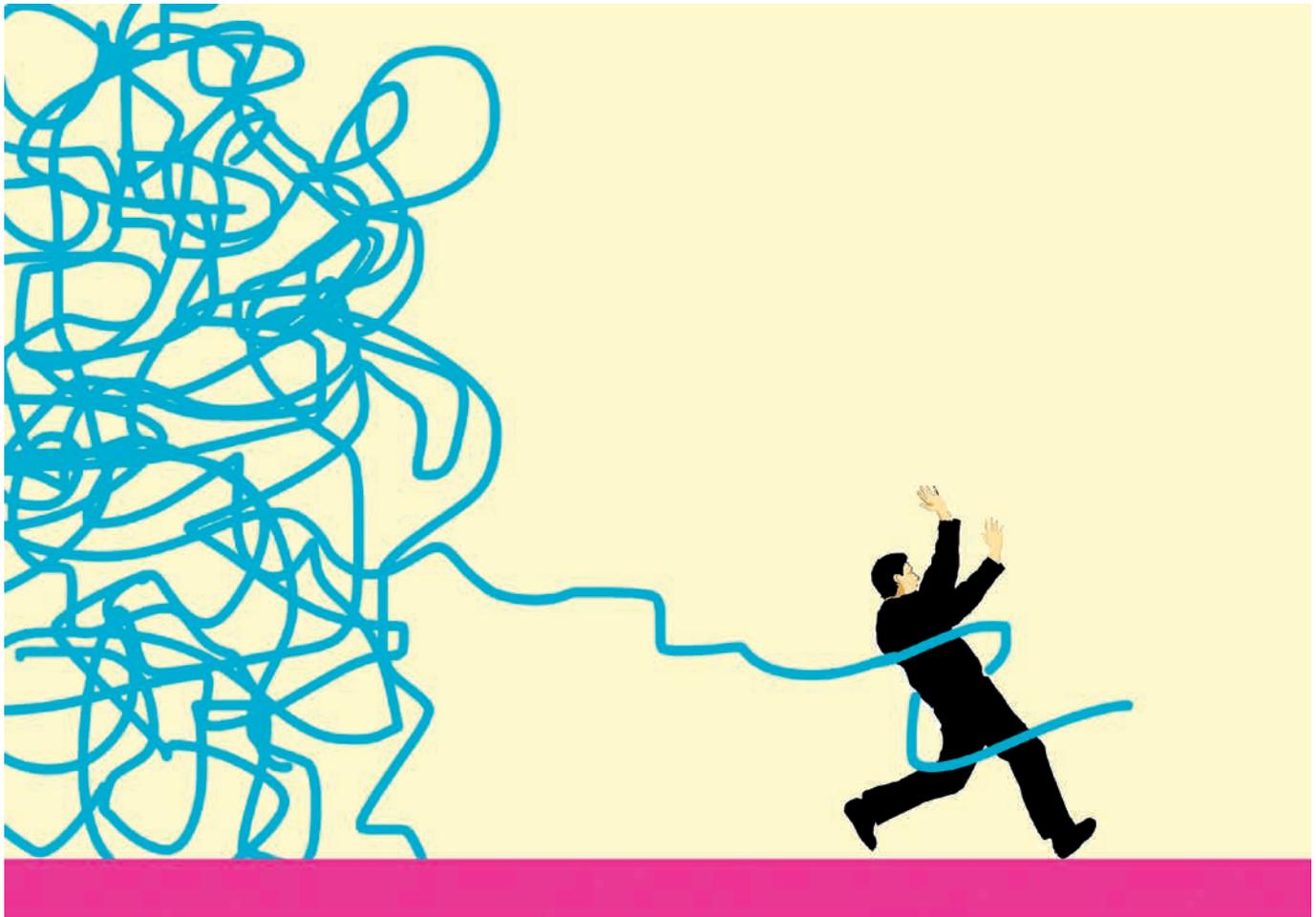


Foto: mauritius images / Westend61 / Gary Waters
 Porträt: Marco Buschmann: Julia Deptala

 BÜROKRATIEABBAU

Ein schwieriger Prozess

Die Bundesregierung will mit dem Bürokratieentlastungsgesetz IV die bürokratischen Lasten verringern. Aus Sicht der Wirtschaft ein Anfang. Die Unternehmen wünschen sich unterdessen noch mutigere Schritte bei der Bürokratiereduzierung.



IHK ONLINE

Weitere Infos zum Bürokratieabbau auf der Homepage des Bundesjustizministeriums:

www.bmj.de

Die deutsche Wirtschaft steht weiterhin vor enormen Herausforderungen. Die noch immer hohen Energiekosten, die negativen Auswirkungen der geopolitischen Konflikte auf Lieferketten und Handelsbeziehungen, der zunehmende Fachkräftemangel, die im internationalen Vergleich hohen Steuerbelastungen – die Liste der Standortpro-

bleme ist lang. In den regelmäßigen Befragungen der IHK-Mitgliedsunternehmen zeigt sich, dass die Belastungen durch unnötige Bürokratie mittlerweile das drängendste Problem darstellen. Die jährlichen Bürokratielasten in Deutschland werden vom Normenkontrollrat auf 65 Milliarden Euro geschätzt.

„Bürokratie-Burn-out“

Das Bürokratieentlastungsgesetz (BEG IV) ist ein wichtiger Schritt zum Bürokratieabbau. Viele Unternehmen fordern jedoch ein entschlosseneres Vorgehen. Denn von rund 440 Maßnahmen zur Bürokratieminderung, welche von Unternehmen in einer Verbändeabfrage des Bundesjustizministeriums identifiziert worden sind, werden durch das BEG IV nur wenige umgesetzt. Wenn der Bundesjustizminister selbst von einem „Bürokratie-Burn-out“ in Deutschland spricht und der Bundeskanzler davon, dass wir „kaum noch in

nehmen am Standort Deutschland entwickelt. Durch das BEG IV sollen Unternehmen künftig um insgesamt 682 Millionen Euro pro Jahr entlastet werden. Aus Sicht der Wirtschaft noch zu wenig, weshalb mutigere Schritte beim Bürokratieabbau erforderlich sind.

Beispiele aus der Unternehmenspraxis

Die geplante Verkürzung der handelsrechtlichen und steuerlichen Aufbewahrungspflichten für Buchungsbelege und Rechnungen von zehn auf acht Jahre greift eine langjährige Forderung der IHK-Organisation zumindest zum

deutsche Staatsbürger vorgesehen, gleichwohl ist die Maßnahme für viele Unternehmen ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung. Für die Beherbergungsbetriebe und Millionen von Übernachtungsgästen wird sich künftig die Dauer des Check-ins verkürzen. Zudem wird die Aufbewahrung der entsprechenden Papiermeldescheine für die Betriebe entfallen.

Noch offene Baustellen

Das BEG IV enthält weitere Inhalte, die bei Umsetzung die Bürokratie in Deutschland vermindern werden. Dennoch fehlen Themen wie zum Beispiel Vereinfachungen bei der Berichtspflicht durch das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz sowie der Einnahmen-Überschuss-Rechnung für Unternehmen, ein Vorantreiben der Digitalisierung der Finanzverwaltung, um Prozesse zu beschleunigen. Die IHK-Organisation hat in einer Stellungnahme zum BEG IV eine Liste mit rund 90 weiteren Themen angeführt. Durch eine Umsetzung der Vorschläge könnte die Bürokratie in Deutschland noch viel deutlicher reduziert werden.



„Bürokratieabbau ist ein Konjunkturprogramm zum Nulltarif. Davon sollten wir in der jetzigen Wirtschaftslage möglichst intensiv Gebrauch machen.“

Dr. Marco Buschmann, Bundesminister der Justiz

der Lage sind, das ganze Regelwerk zu beherrschen“, dann erwarten die Unternehmen ein Entlastungsgesetz, das im Alltag als Befreiungsschlag wahrgenommen werden kann.

In den Umfragen der IHK-Organisation zeigt sich ein einheitliches Bild: Die Belastung der Wirtschaft und insbesondere des Mittelstands durch unnötige Bürokratie ist bei Weitem zu hoch. Im DIHK-Innovationsreport 2023 geben 68 Prozent der befragten Unternehmen an, dass für sie unnötige Bürokratie ein Innovationshemmnis ist. Im DIHK-Report Unternehmensgründung fordern sieben von zehn Gründern Erleichterungen von Bürokratie. Auch der DIHK-Report zur Unternehmensnachfolge 2023 verdeutlicht, dass die Übernahme eines Betriebes in Deutschland mit viel Bürokratie verbunden ist. Bürokratische Belastungen hindern die Beteiligten daran, sich um wichtigere Aufgaben wie die strategische Ausrichtung des Unternehmens zu kümmern. Die zunehmende Regelungsdichte hat sich zu einem echten Wettbewerbsnachteil für die Unter-

Teil auf. Dadurch werden Kosten für die Unternehmen sinken. Die Aufbewahrungspflichten im Handels- und Steuerrecht stehen jedoch in einem engen Zusammenhang mit anderen gesetzlichen Vorschriften, die ebenfalls vom Gesetzgeber aufgegriffen werden sollten. So existieren weitere Fristläufe zum Beispiel im Bereich der steuerlichen Festsetzungsverjährung (§ 169 ff. Abgabenordnung) oder der erweiterten Mitwirkungspflichten (§ 90 Abgabenordnung). Besser wäre es, wenn der Gesetzgeber die Aufbewahrungsfristen von Buchungsbelegen auf fünf Jahre verkürzen würde. Dadurch könnten auch Betriebsprüfungen erheblich beschleunigt werden und Unternehmen würden profitieren.

Mit der Änderung des Bundesmeldegesetzes beziehungsweise der Aufhebung der allgemeinen Hotelmeldepflicht („Meldeschein“) wird eine langjährige Bürokratieabbauforderung des Gastgewerbes und der IHK-Organisation aufgegriffen. Zwar ist lediglich eine (Teil-) Abschaffung der Hotelmeldepflicht für



DER AUTOR



Michael Römer

Referent, Recht und Steuern,
IHK Frankfurt

m.roemer@frankfurt-main.ihk.de

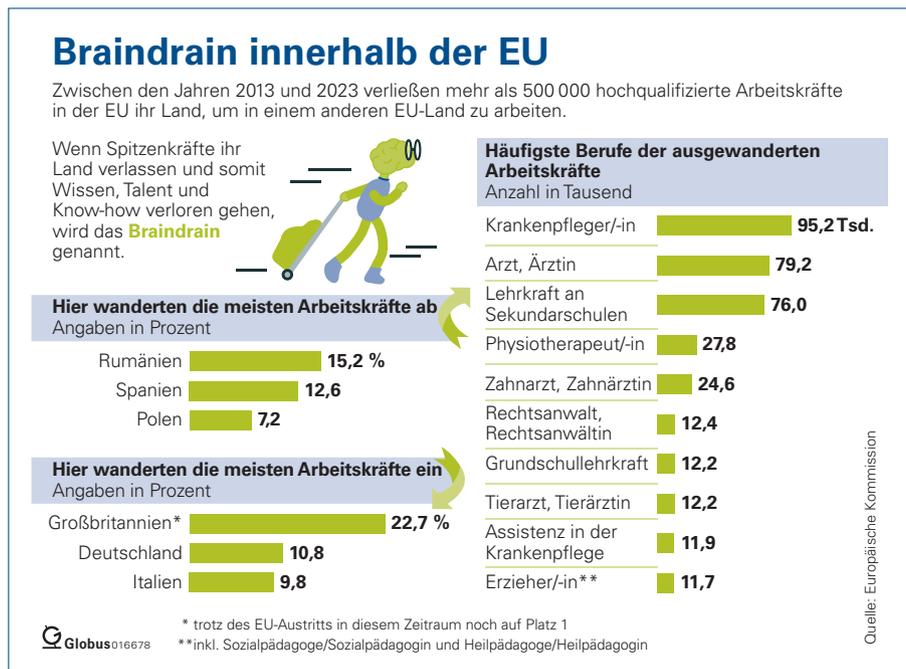
Was sich mit der Novelle ändert

Mit dem neuen Fachkräfteeinwanderungsgesetz können ausländische Fachkräfte mit Berufsausbildung leichter nach Deutschland einwandern. Ein Überblick über die wichtigsten Neuerungen und was sie für Unternehmen bedeuten.

In Deutschland hat jedes zweite Unternehmen laut dem aktuellen Fachkräftereport der DIHK Schwierigkeiten, offene Stellen zu besetzen. Am häufigsten fehlen Fachkräfte mit einer dualen Berufsausbildung. Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen sehen in der Anwerbung ausländischer Arbeits- und Fachkräfte aus Nicht-EU-Staaten eine Option zur Fachkräftesicherung. Mit den Änderungen des Fachkräfteeinwanderungsgesetzes, die zwischen November 2023 und Juni 2024 in Kraft treten, soll dies nun einfacher werden.

Anerkennungspartnerschaft

Während bisher eine Anerkennung des Berufsabschlusses für die Einreise zwingend erforderlich war, können Fachkräfte seit dem 1. März auch ohne vorheriges Anerkennungsverfahren nach Deutschland kommen. Die sogenannte „Anerkennungspartnerschaft“ zwischen Fachkraft und Unternehmen ermöglicht es nun, das Anerkennungsverfahren erst in Deutschland zu beginnen, parallel zur Beschäftigung. Dabei verpflichten sich beide Seiten, nach Einreise so rasch wie möglich einen Anerkennungsantrag zu stellen. Voraussetzung ist, dass die Fachkraft über eine zweijährige Ausbildung verfügt und ihr Abschluss in ihrem Heimatland anerkannt ist. Außerdem muss sie Deutschkenntnisse mindestens auf dem Niveau A2 nachweisen.



„Für viele Fachkräfte kann die Anerkennung des Berufsabschlusses aus dem Ausland eine Hürde sein, die mit dieser neuen Möglichkeit nun entfällt. Der Vorteil für die Unternehmen: Wenn es sich nicht um einen reglementierten Beruf handelt, können die Fachkräfte sofort nach der Einreise ihre Arbeit aufnehmen“, sagt Achim Dercks, stellvertretender Hauptgeschäftsführer der DIHK. Den Nachweis, ob eine zweijährige Ausbildung mit staatlicher Anerkennung im Ausland vorliegt, soll künftig die Zentralstelle für ausländisches Bildungswesen (ZAB) übernehmen, die Berufsanerkennung selbst erfolgt für IHK-Berufe weiterhin über die IHK Foreign Skills Approval (IHK Fosa).

Mindestgehalt statt Anerkennung

Zahlt ein Unternehmen oberhalb einer festgelegten Gehaltsgrenze, kann das Berufsanerkennungsverfahren ab dem 1. März sogar ganz entfallen. Voraussetzung ist auch hier, dass die Fachkraft über eine zweijährige Berufsausbildung mit einem im Herkunftsland anerkannten Berufsabschluss oder ein AHK-Zertifikat verfügt. Außerdem muss sie einschlägige Berufserfahrung nachweisen. Ob ihre Deutschkenntnisse für die Stelle ausreichen, entscheidet der Arbeitgeber. Das Mindestgehalt beträgt 45 Prozent der Beitragsbemessungsgrenze in der allgemeinen Rentenversicherung. Diese liegt 2024 bei 40 764 Euro. Seit

November 2023 gilt außerdem, dass Fachkräfte mit einer vollen Berufsanererkennung jeder qualifizierten Beschäftigung nachgehen können. Ausgenommen sind reglementierte Berufe wie Altenpfleger oder Erzieher.

Arbeitsplatzsuche mit Chancenkarte

Wer noch keinen Arbeitsvertrag hat, aber zur Arbeitssuche nach Deutschland einreisen will, kann künftig die Chancenkarte nutzen, die am 1. Juni in Kraft tritt und ein Jahr gültig ist. Sie basiert auf einem Punktesystem. Die Punkte werden nach Auswahlkriterien wie Sprachkenntnissen, Berufserfahrung und Alter vergeben. Wer bereits das Berufsanererkennungsverfahren durchlaufen und eine volle Anerkennung erhalten hat, benötigt für die Einreise keine weiteren Punkte. Die Chancenkarte ermöglicht unter anderem jeweils zweiwöchige Probearbeiten. Auch bei der Blauen Karte EU, mit der Akademiker aus Nicht-EU-Staaten zum Arbeiten nach Deutschland kommen können, gibt es Neuerungen: So wurden die Gehaltsgrenzen gesenkt und der Personenkreis, der die Blaue Karte beantragen kann, erweitert. Unter anderem können nun auch IT-Spezialisten ohne Hochschulabschluss, die mindestens drei Jahre Berufserfahrung mitbringen, eine Blaue Karte erhalten.

Damit die neuen Regelungen zum gewünschten Erfolg führen, müssen laut

Dercks auch die Rahmenbedingungen stimmen: „Dazu gehören ausreichender Wohnraum in Unternehmensnähe, Sprachlernangebote im In- und Ausland sowie schnellere Verwaltungsverfahren.“ Um das gesamte Zuwanderungsverfahren schneller und transparenter zu gestalten, plädiert die DIHK für eine Digitalisierung des Visumverfahrens, beginnend mit der Online-Antragstellung. Darüber hinaus fordert sie eine bundesweite Clearingstelle, die Unternehmen und Fachkräfte bei praktischen Fragen und Unklarheiten im laufenden Zuwanderungsverfahren unterstützt, eine zentrale Ausländerbehörde in jedem Bundesland sowie eine stärkere Zusammenarbeit zwischen IHKs und Ausländerbehörden, um praktische Probleme gemeinsam zu lösen.



— DIE AUTORIN —



Mascha Dinter

Freie Journalistin, Köln
info@mascha-dinter.de

Weitere Infos

- Die IHKs und Handwerkskammern sowie der Arbeitgeberservice der Bundesagentur für Arbeit beraten und begleiten Unternehmen bei der Rekrutierung von Fachkräften aus dem Ausland.
- Das Projekt „Unternehmen Berufsanererkennung“ (UBA) informiert Unternehmen rund um die Anerkennung ausländischer Abschlüsse und hilft bei Fragen zur Einstellung und Beschäftigung ausländischer Fachkräfte. www.unternehmen-berufsanerkennung.de
- Das Portal „Make it in Germany“ der Bundesregierung für ausländische Fachkräfte informiert in verschiedenen Sprachen über das Arbeiten und Leben in Deutschland und beinhaltet auch eine Jobbörse. Die Veröffentlichung der Stellenanzeigen erfolgt über die Bundesagentur für Arbeit. www.make-it-in-germany.com
- Das Projekt „Hand in Hand for International Talents“ bringt Fachkräfte aus Drittstaaten mit Unternehmen in Deutschland zusammen – und begleitet beide Seiten durch den gesamten Prozess. www.dihk-service-gmbh.de/hih

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

Große Mietstation

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

50 Jahre Erfahrung sprechen einfach für sich

- kompetente Beratung
- Riesenauswahl
- Zubehör und Ersatzteile
- Top - Reparaturservice

KÄRCHER KÄRCHER CENTER
VIEHMANN

Ihr Kärcherpartner in Neu-Isenburg

Verkauf - Service - Vermietung - Zubehör - Ersatzteile



www.kaercher-center-viehmann.de



Werner-Heisenberg-Str. 12
63263 Neu-Isenburg

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

STEUERFÄLLIGKEITEN

Staatssteuern

Umsatzsteuer-/Mehrwertsteuer-Vorauszahlungen

Umsatzsteuer-/Mehrwertsteuer-Vorauszahlung der Monatszahler werden am 10. April für den Monat März 2024 und am 10. Mai für den Monat April 2024 fällig. Monatszahler ist jeder Unternehmer, dessen Umsatzsteuer im Kalenderjahr 2023 mehr als 7 500 Euro betragen hat.

Am 10. April werden die Umsatzsteuer-/Mehrwertsteuer-Vorauszahlungen für das erste Quartal 2024 der Vierteljahreszahler fällig, wenn die Umsatzsteuer im Kalenderjahr 2023 nicht mehr als 7 500 Euro betragen hat.

Hat die Umsatzsteuer im Kalenderjahr 2023 nicht mehr als 1 000 Euro betragen, kann das Finanzamt den Unternehmer von der Verpflich-

tung zur Abgabe der Voranmeldungen und Entrichtung der Vorauszahlungen befreien.

Sonderregelung für Existenzgründer

Für Existenzgründer gilt eine bis 31. Dezember 2026 befristete Sonderregelung. Umsatzsteuer-Voranmeldungen sind in den ersten beiden Jahren nach Gründung grundsätzlich nur vierteljährlich abzugeben.

Weitere Infos unter www.frankfurt-main.ihk.de  Buchführung und Steuern für Existenzgründer

Lohn- und Kirchensteuer

Fälligkeit am 10. April für im März 2024 und am 10. Mai für im April 2024 einbehaltene Lohn-/Kirchensteuer sowie einbehaltener Solidaritätszuschlag, wenn die für das Kalenderjahr 2023 abzuführende Lohnsteuer mehr als 5 000 Euro betragen hat.

Fälligkeit am 10. April für das erste Quartal 2024 einbehaltene Lohn- und Kirchensteuer sowie einbehaltener Solidaritätszuschlag, wenn die für das Kalenderjahr 2023 abzuführende Lohnsteuer mehr als 1 080 Euro, aber nicht mehr als 5 000 Euro betragen hat.

Bauabzugsteuer

Am 10. April für im März 2024 und am 10. Mai für im April 2024 einbehaltene Bauabzugssteuer; Abführung an das für den beauftragten Bauunternehmer zuständige Finanzamt (Infos online unter www.finanzamt.de).

Kommunale Steuern

Gewerbesteuer- und Grundsteuer-Vorauszahlungen

Fälligkeiten am 15. Mai 2024

HANDELSRICHTER

Der Präsident des Landgerichts Frankfurt am Main hat auf gutachterlichen Vorschlag der Industrie- und Handelskammer **Thomas Moog** ab 27. Januar 2024, **Barbara Wagner** ab 27. Januar 2024 und **Matthias R. Knapp** ab 1. Februar 2024 für fünf Jahre zum Handelsrichter bei dem Landgericht Frankfurt am Main ernannt. Die Entscheidungen der Kammern für Handelssachen ergehen in aller Regel schnell und praxisnah, da sich der juristische Sachverstand des Vorsitzenden Richters und die kaufmännischen Erfahrungen der Handelsrichter in wirtschaftlichen Streitigkeiten ergänzen.

SACHVERSTÄNDIGE

Die öffentliche Bestellung von **Dipl.-Ing. Thomas Ziegenhain, Bestellungsgebiet „Kraftfahrzeugschäden und -bewertung, Straßenverkehrsunfälle“** ist gemäß § 22 Abs. 1 a) SVO der IHK Frankfurt zum 8. Januar 2024 erloschen.

Projekte und Initiativen, die die interkommunale oder länderübergreifende Zusammenarbeit in FrankfurtRheinMain fördern.

PREIS DER METROPOL REGION

JETZT mit Ihrem Projekt teilnehmen!



10.000,-
Euro Preisgeld



THEMATA VERLAGS

Thema

4/5

2024

www.zarbock.de

Impressum: Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG, Sontraer Straße 6, 60386 Frankfurt am Main, Telefon 069/42 0903-75
Die Textbeiträge in diesem Verlagsspecial wurden von den werbenden Unternehmen verfasst.

Veranstaltungen, Kongresse und Messen



Eventmarketing: Da können Ihre Kunden was erleben!

Kundenbindung erhöhen, das Corporate Branding stärken und letztlich mehr Umsatz machen: Eventmarketing gilt als eines der wirkungsvollsten Instrumente in der Unternehmenskommunikation. Was verbirgt sich dahinter?

Red Bull macht's, Coca-Cola macht's und auch Harley Davidson wird immer genannt, wenn es um Best-Practice-Beispiele für exzellentes Eventmarketing geht. Seien es die Biker-Treffen des Motorradherstellers, die Flugtage des Energydrink-Produzenten oder die roten Weihnachts-Trucks, die vor dem Fest für Coca-Cola durch Deutschland rollen – was Emotionalität, Erlebnis-

charakter und Interaktivität angeht, sind die Veranstaltungen der drei Weltkonzerne kaum zu schlagen. Natürlich kann nicht jeder Betrieb einen vergleichbaren Aufwand betreiben. Die gute Nachricht ist aber: es geht auch eine oder zwei Nummern darunter. Erfolgreiches Eventmarketing ist auch für kleine und mittlere Unternehmen machbar.

Es müssen nicht unbedingt Extrem-Erlebnisse sein. Dazu mag es hilfreich sein, sich zunächst einmal über den Begriff klar zu werden. Eventmarketing, so Gablers Wirtschaftslexikon, „soll für ein Produkt, eine Dienstleistung oder ein Un-



ternehmen im Rahmen eines besonderen firmeninternen oder -externen, informierenden oder unterhaltenden Ereignisses die Basis für eine erlebnisorientierte Kommunikation schaffen“. Eventmarketing verstehe sich somit als „Bestandteil der Kommunikationspolitik“.

Das klingt erstmal etwas wissenschaftlich und „verkopft“ – trägt aber bei der praktischen Umsetzung im besten Fall dazu bei, Produkte oder Marken bekannt zu machen und Kunden langfristig ans Unternehmen zu binden. Der Fantasie sind bei der Gestaltung des Events dabei praktisch keinerlei Grenzen gesetzt.

„Das muss nicht immer mit Extrem-Erlebnissen verknüpft sein“, sagen Experten der Website eventmanagement-studieren.com. Als Beispiele nennen die Fachleute etwa Kulturveranstaltungen auf dem Firmengelände, Mitmach-Aktionen wie Kochabende in einem Restaurant oder einen Leseabend in einer Buchhandlung. Wichtig: Das Event muss zur Marke passen und die Zielgruppe muss adäquat angesprochen werden. Der Vorteil gegenüber Flyern oder klassischem Onlinemarketing: „Ein Event in einem entspannten Rahmen, das den Fokus nicht vordergründig auf die Marke richtet, ist weniger aufdringlich und setzt den Teilnehmer nicht unter Druck, etwas kaufen zu müssen.“ Stattdessen löse es „im besten Fall eine positive Emotion aus und verknüpft diese mit der Marke“.

So funktioniert gutes Eventmarketing

Was macht nun gutes Eventmarketing aus? Profis der Firma „Onlineprinters“ nennen fünf Faktoren, die den Veranstaltungserfolg ausmachen:

- Außergewöhnlichkeit des Erlebnisses (unter anderem durch die Möglichkeit zur Interaktion)

- Starke Event-Branding-Strategie (durch konsequente Einbindung der Marke in den Kontext der Veranstaltung)
- Personalisierung (durch persönliche Ansprache der Zielgruppe, etwa bei Einladungen)
- Vorab Anreize setzen (zum Beispiel durch wiederholtes „Neugierigmachen“ auf die Veranstaltung mittels E-Mail, Social Media oder kleinen Teasern auf der Firmenwebsite)
- Wirkung nach dem Event nachklingen lassen (etwa durch Versendung einer Fotogalerie von der Veranstaltung)

Betriebe, die nicht über ausreichende Manpower verfügen, um selbst eine attraktive Veranstaltung auf die Beine zu stellen, können auch über die Beauftragung einer Event-Agentur nachdenken – es muss ja nicht gleich eine Flugshow oder ein Weihnachts-Truck sein.

Events erfolgreich bewerben – so klappt's

Nutzen Sie für die Promotion Ihrer Veranstaltung alle Kanäle. Neben den sozialen Netzwerken und Ihrer Website (vielleicht in Form eines Blogs?) sollten Sie dabei die klassische Pressearbeit und/oder Anzeigen in Printmedien auf keinen Fall vernachlässigen (natürlich abgestimmt auf die Zielgruppe). Traditionelle Medien wie Radio, Zeitungen und Zeitschriften gehören nach wie vor zu den wichtigsten Instrumenten im Eventmarketing. Sinnvoll kann es auch sein, für die Zeit vor oder unmittelbar nach dem Event einen Mitarbeiter als Pressesprecher fungieren zu lassen.

ENTDECKEN SIE DIE FASZINIERENDE WELT DER WEINE, SCHAUMWEINE UND SPIRITUOSEN.

Die Rotkäppchen-Mumm Academy bietet Ihnen ein vielschichtiges Angebot an professionellen Kursen in Sensorik, Wein, Schaumwein und Spirituosen: die persönliche Weiterbildung und die Freude am Genießen mit Gleichgesinnten stehen dabei im Vordergrund.

Lernen Sie vor Ort an einem unserer einzigartig-inspirierenden Schulungsorte. Es erwartet Sie eine herausragende Kombination von Theorie und Praxis. Maßgeschneidert für Gruppen- und Firmenevents.
academy.rotkaeppchen-mumm.de



Mehr erfahren

DIE ACADEMY BIETET WISSENSDURSTIGEN SEMINARE AUF HÖCHSTEM NIVEAU:



Sensorik

Mit allen Sinnen genießen, entdecken und lernen.



Sekt, Champagner & CO

Werden Sie zum Schaumwein-experten.



Wein

Wein WSET Level 1-3



ROTKÄPPCHEN-MUMM

ACADEMY

LEARN THE LANGUAGE OF TASTE.®



academy.rotkaeppchen-mumm.de



06123 - 8103010



service@rm-academy.de

Lebendige Lichtstadt Jena: Idealer Ort für Tagungen

Jena Convention Bureau berät bei der Suche nach Location und Rahmenprogramm

Tagen in Jena? Eine gute Idee! Denn in der Thüringer Universitätsstadt Jena stehen vielfältige Veranstaltungsorte für unterschiedliche Formate bereit.

Ob individuelle Location mit besonderem Charme oder multifunktionales Kongresszentrum – in Jena finden sich Räumlichkeiten für diverse Veranstaltungsformate. Viele davon liegen im Stadtzentrum oder grenzen unmittelbar an die Innenstadt an. Gute Erreichbarkeit mit Bahn und PKW, kurze Wege sowie zahlreiche Möglichkeiten für Ausflüge und Begleitprogramme versprechen exzellente Rahmenbedingungen für eine gelungene Tagung.

Das Jena Convention Bureau steht Veranstaltern und Organisatoren dabei mit fundierter Beratung zur Seite, sowohl bei der Suche nach dem passenden Veranstaltungsort als auch mit Ideen zum Rahmenprogramm. Geheimtipps inklusive!

Wer sich abseits des Tagungsgeschehens in der Lichtstadt Jena umschaute, findet eine junge lebenswerte Stadt vor – ein sympathisches Miteinander aus Alt und Neu, belebter Innenstadt und weiträumigen Grünflächen, aus Kultur und spannender Geschichte. Auch die attraktive Umgebung trägt zum entspannten Flair der Stadt bei. Unweit von Jena thronen die Leuchtenburg und die Dornburger Schlösser weithin sichtbar über der Saale. Für Ausflüge und Rahmenprogramme sind die beiden historischen Gebäudekomplexe ebenso geeignet wie für Tagungen.

Volkshaus

Das 1903 errichtete und in den vergangenen Jahren umfassend sanierte Gebäude beherbergt bis zu 1000 Tagungsgäste. Der große Plenumsaal und 12 kleinere Räume ermöglichen die perfekte Kombination aus Konferenz, Feierlichkeiten, Workshops und Ausstellungen.

Volksbad

In der ehemaligen Badehalle des imposanten Jugendstil-Gebäudes finden Tagungen bis 350 Personen, Firmenpräsentationen und Konzerte statt.

Zeiss-Planetarium

Das dienstälteste Planetarium der Welt brilliert mit modernster Projektionstechnik und lädt zum Dinner unterm Sternenhimmel ein.

Imaginata

Das historische Jenaer Umspannwerk mit alten Trafo-Boxen und Schaltzentralen aus dem Jahr 1926 verleiht Tagungen seinen industriellen Charme.

Auch die denkmalgeschützte Villa Rosenthal, das Scala-Hotel hoch oben im JenTower mit einzigartigem Rundblick oder die Tanzschule Führbar im alten Bahnhof-Güterdepot sind stilvolle Orte für Veranstaltungen, Vorstands- und Strategiegespräche sowie Begleitprogramme.

www.jenaconvention.de

Kennter Sie Jena?

Treffen Sie uns
in Berlin, Hamburg
und Frankfurt:



■ JENA LICHTSTADT.

Jena
Convention
Bureau

+49 (0) 3641 49-8333
convention@jena.de
jenaconvention.de

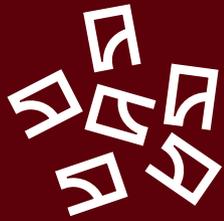


mb 2025

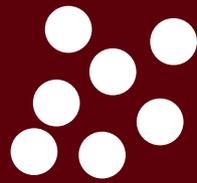
Alice

Bensheimer Saal

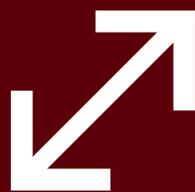
im CC Rosengarten Mannheim



**Teilbar in
6 Einheiten**



**Platz für
510 Personen**



**600 qm
Gesamtfläche**



Das Haus der Begegnung in Königstein

Die Veranstaltungslocation im Taunus

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

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

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

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

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

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

Königstein ist immer einen Besuch wert!

www.hdb-koenigstein.de



FREIRAUM für Ihre Ideen

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

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


KÖNIGSTEIN
Heilklimatischer Kurort im Taunus
Haus der Begegnung

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

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

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

Datenschutzbeauftragter

www.all-in-media.com

Immobilien

NEUE PERSPEKTIVEN ERÖFFNEN

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

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

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

ADLER IMMOBILIEN

IT-Dienstleistungen

Computer- & Netzwerkservice
Server, Cloud, Virenschutz, VPN, Backup, Bürotechnik, Dokumentation. Zuverlässig.

✓ C. Pfeifer EDV-Service
Tel. 06190-935561
<https://www.pfeifer-edv.de>

IT-Dienstleistungen

Calwa IT-Services GmbH
IT-Beratung
Softwareentwicklung / WebApps
Datenbankentwicklung
IT-Projektmanagement
IT-Qualitätsmanagement

Calwa IT
069.83 832 692 www.calwa.com

IT-Beratung

KnowledgeAdvantage.de GmbH
0174 42 99 183
**Softwareentwicklung
Cloud Apps Security**
Business Intelligence Process Mining
Innovation Technology
NoAgency Regional Direkt

Mitarbeitergeschenke

Hessen aus der Box
www.guthessisch.de

Präsentationsmappen

mappenmeister.de
[GEDRUCKTE QUALITÄT ZU SUPER PREISEN]

Sicherheit

Mobile Einbruchmeldeanlage
Zur Miete und Kauf
Sofortmontage jederzeit

Dem Ernstfall einen Schritt voraus
BWS Sicherheit
www.bws-offenbach.de

Spezialreinigung

Teppichbodenreinigung
Polsterstuhlreinigung

06172/74570
carpet-cleaner-online.de

Anzeigen-Hotline:
069/42 09 03-75
verlag@zarbock.de

Stahlhallenbau

STAHL HALLEN BAU
02651. 96200
Andre-Michels.de

Übersetzungen

Beglaubigte Übersetzungen DE-EN
und mehr vom qualifizierten Profi.
info@linguakraft.de

LinguaKraft
Language Services.

Zeiterfassung

Zeiterfassung, Urlaubs-workflow, Betriebsdaten, Projektzeiten, Zutritt.

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

Starkes Geschäft in Sicht!

Mit einer Anzeige im **IHK WirtschaftsForum** erreichen Sie über 68.500 Entscheider in der Region FrankfurtRheinMain.

Wir beraten Sie gerne:
Armin Schaum, 069/42 09 03-55
armin.schaum@zarbock.de



50 JAHRE ZURÜCKGEBLÄTTERT

„Schaltzentrale Deutschlands“

Foto: Picture Alliance / dpa / Werek



Jubel nach dem Gewinn der Fußball-Weltmeisterschaft 1974: Walter Scheel, Bundespräsident, Franz Beckenbauer, Nationalspieler, Dr. Hermann Gößmann, DFB-Präsident, und Sepp Maier, Nationaltorhüter (v.l.).

Dass Frankfurt eine Schlüsselposition bei der WM-Berichterstattung vor 50 Jahren hatte, ist in den Mitteilungen der Industrie- und Handelskammer vom 15. Mai 1974 nachzulesen.

Die Bedeutung Frankfurts als „Schaltzentrale Deutschlands“ für den internationalen Fernübertragungsverkehr wird erneut besonders augenfällig, wenn [...] die Fernseh-, Rundfunk- und Auslandstelefonberichterstattung von den Austragungsstätten der Fußballweltmeisterschaft über das Frankfurter Fernmeldehochhaus in alle Welt geht. [...] Weil bei der „WM“ bis zu vier Spiele gleichzeitig übertragen werden, müssen somit noch wesentlich mehr Übertragungswege und Schaltmöglichkeiten im Fernmeldehochhaus vorgehalten werden, als dies bei der damals bereits außergewöhnlichen Berichterstattung während der Olympiade in München der Fall war.

AUSFLUGSTIPP

Mein Lieblingsort

Von Jelena Mitsiadis, geschäftsführende Gesellschafterin,
Pohl & Mitsiadis Unternehmensgeschichte

Geschichte hautnah erleben



Allein der Name „Rothschild“ birgt Mythen und Geschichten in sich. Ein Besuch in der Villa Rothschild in Königstein lässt diese hautnah erleben. Bereits die Eröffnung der 1888 von Wilhelm Carl von Rothschild erbauten Villa als Sommerresidenz der Frankfurter Bankiersfamilie Rothschild war

ein sensationelles Ereignis. Die Villa, die als „Wiege des deutschen Grundgesetzes und der Bundesrepublik“ gilt, ist umgeben von einem herrlichen Park mit freiem Blick auf Frankfurt und das Schloss Königstein.

Villa Rothschild
Im Rothschildpark 1
61462 Königstein

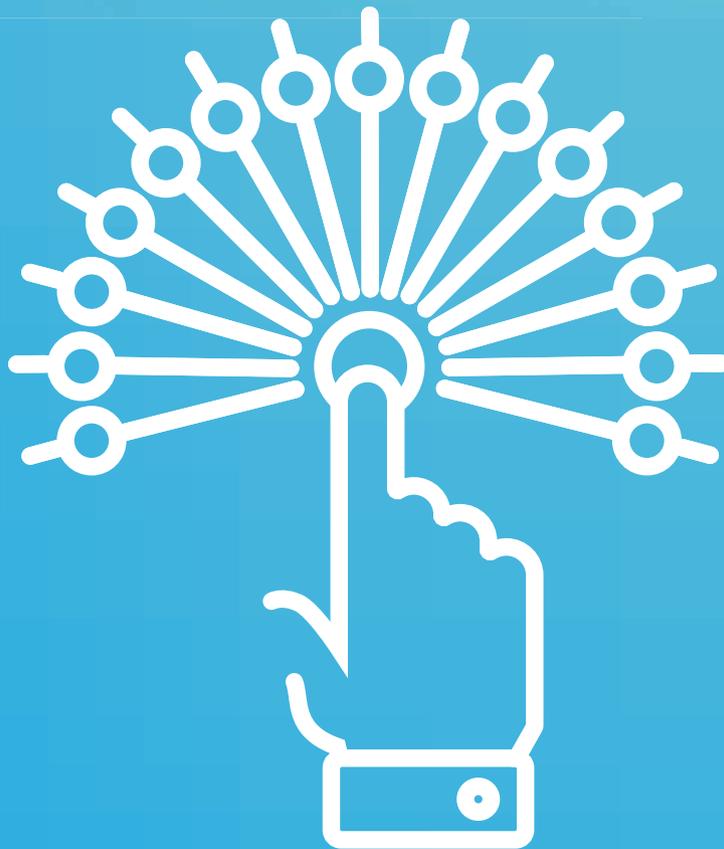


Foto: Studio Seikel Hanau



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

DAS GOLDENE BLATT FÜR DIE LEISTUNGSELITE



1,7 Mio

Von allen 4,1 Millionen Entscheiderinnen und Entscheidern im Mittelstand erreichen Sie 1,7 Millionen über die IHK-Zeitschriften.

Das sind 41 Prozent. Der weiteste Leserkreis beträgt sogar 64 Prozent, die jeweilige Bekanntheit liegt bei 91 Prozent. Mehr dazu auf:

www.rem-studie.de

Schalten Sie jetzt Ihre Anzeige im IHK WirtschaftsForum!

Wir beraten Sie gern. Kontakt: Armin Schaum | Telefon 0 69/42 09 03-55 | armin.schaum@zarbock.de



Frohe Ostern

Einzelhandel und Gastronomie
freuen sich auf Ihren Besuch.

**Heimat
shoppen**

Alles da – ganz nah!



IHK

Industrie- und Handelskammer
Frankfurt am Main

Bleiben Sie mit uns in Kontakt



© Свет Лана